الإعلام الديني والتعددية الثقافية

الدكتورة
نجلاء إسماعيل أحمد







الإعلام الديني والتعددية الثقافية

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2017/2/1016)

215.3
أحمد، نجلاء اسماعيل
الإعلام الديني والتعددية الثقافية/ نجلاء اسماعيل أحمد.-
عمان: دار المعتز
ر.إ: (2017/2/1016)
الواصفات:/ الإعلام //الإسلام/

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية.

الطبعة الأولى
٢٠١٧م -١٤٣٨هـ

دار المعتز للنشر والتوزيع

الأردن. عمان. شارع الملكة رانيا العبدالله. الجامعة الأردنية
عمارة رقم ٢٣ مقابل كلية الزراعة الطابق الأرضي
تلفاكس: ٠٠٩٦٢ ٦ ٥٣٧٢٠٣٥ ص.ب: ١٨٤٠٣٤ عمان ١١١١٨ الأردن

الإعلام الديني والتعددية الثقافية

الدكتورة

نجلاء اسماعيل أحمد

الطبعة الأولى

2017م-1438هـ

دار المعتز للنشر والتوزيع



الفهرس

المقدمة

إن الإعلام الدينى هو تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي، المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله- صلى الله عليه وآله وسلم- بصورة مباشرة، أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة، أو عامة. وبقدر ما في الإعلام من حقائق صحيحة، ومعلومات دقيقة، منبثقة من مصادر أمينة؛ بقدر ما يكون هذا الإعلام سليمًا وقويًا؛ لذلك نجد أن الصحف والإذاعات، وغيرها من أجهزة الإعلام، تحرص دائمًا على ذكر المصادر التي استقت منها الأخبار، مثل وكالات الأنباء أو غيرها من المصادر؛ حتى يكون الجمهور على بينة من الأمر كما أن الإعلام لم يكن وليد عصر من العصور أو حضارة من الحضارات؛ فلا يوجد مجتمع من المجتمعات مهما تفاوتت درجة تقدُّمه أو تخلُّفه، كما لا يوجد زمن من الأزمنة قديمًا كان أو حديثًا أو وسيطًا، إلا واحتل الإعلام مكانة فيه. ولكن الفرق بين الإعلام في العصور القديمة والإعلام في العصر الحديث هو ما استحدثته المدنية من مخترعات غيرت شكل العمل الإعلامي، وجعلت الحكومات توليه من الاهتمام ما لا يقل عن اهتمامها بأهم المرافق الأخرى في الدولة: كمرفق الصحة، أو المواصلات، أو الجيش، أو غير ذلك، ووضعت من الخطط ورصدت له من الإمكانيات ما يتناسب مع أهميته، وأصبح الإعلام علمًا له نظرياته ونظمه، وارتقى إلى مستوى العلوم الحديثة: كالطب، والهندسة؛ بل إن الإعلام في العصر الحاضر أصبح ملزَمًا بأن يسبق ويواكب ويلحق بأي مشروع تنوي الدولة القيام به؛ بهدف إقناع المواطنين بجدوى هذا المشروع؛ حتى يتم له النجاح المأمول وخاصة فيما يتعلق بالإعلام الدينى وثقافته العربية.

الفصل الأول

الإعلام الإسلامي

(دراسة في مفاهيم وأصول وخصائص الإعلام الإسلامي)

الفصل الأول

الإعلام الإسلامي

(دراسة في مفاهيم وأصول وخصائص الإعلام الإسلامي)

أولاً: مفهوم الإعلام في اللُّغة:

الإعلام قديم النشأة، صَاحَبَ الجماعة البشرية منذ تكوينها، وتطوَّر بتطوُّر الفكر البشري، إلى أنْ وصل إلينا في عصرنا الحاضر بسبب التقدُّم العلمي والصناعي، ولكن جوهره الذي يقوم عليه والدعامة التي يرتكز عليها هي "الكلمة" منطوقة أو مكتوبة أو ما ينوب عنها من أصوات ورموز.

ويمكن تعريفه بأنَّه: "تبليغ ما يراد تبليغه بوسيلة الكلام أو ما يقوم مقامه من رموز وإشارات"[1].

والإعلام في اللُّغة مشتق من أَعْلَمَ، يقال: أَعْلَمَهُ إعْلاماً، بمعنى أخبره إخباراً[2].

والمعروف أنَّ الإعلام قديم قِدَمَ الإنسان وقِدَم المجتمع البشري، فمنذ أنْ وُجد الإنسان على هذا الكوكب استخدم بعض الحركات، الشكل البدائي للإعلام قبل أنْ يهتدي الإنسان إلى اللُّغة ثم وُجِد الإعلام بشكله البسيط.

---

(1) أحمد عبد العزيز المبارك: أجهزة الإعلام ودروها في توجيه المجتمع، دائرة القضاء الشرعي، أبو ظبي، 1977م، ص 67.
(2) رشاد شحاتة أبو زيد: مسئولية الإعلام الإسلامي، دار الفكر العربي، القاهرة، ط/1، 1999م، ص8.

نقل الأخبار والمعلومات بصورة موضوعية، فالإعلام من حيث اللُّغة يعني إخبار أو إطلاع الآخرين، ويحوي معنى التعليم، وهو يعني بالإنجليزية (Information) أي المعلومات[1].

جاء في "معجم محيط المحيط" لبطرس البستاني: "الإعلام في اللُّغة مصدر أَعْلَمَ وأَعْلَمت كأذنيث، ويقال: استَعلِمْ لي خَبَرَ فَلان وأعلِمْنيه حتى أعْلَمَه واستعلمني الخبر، وأعْلَمَ الفارسُ جعل لنفسه علامة الشجعان، وأعلَمَ الفرسَ علّق عليه صوفاً أحمر أو أبيض في الحرب، وأعلَم نَفْسَه وسمها بسيما الحرب"[2].

والإعلام كذلك في اللُّغة: التبليغ، يقال: بلغت القوم بلاغاً، أي أوصلتهم الشيء المطلوب، يقول الله تعالى: (وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ) [3].

الإعلام غير التعليم، لأنَّ الإعلام اختص بما كان من إخبار سريع، أمَّا التعليم فينطوي على التكرار والتكثير، [القاموس المحيط، فصل العين، باب الميم].

فأعَلَم معناها أخبر أو عرَّف، واستعلَمه الخبر، أي استخبره إياه.

وأصل كلمة "إعلام" إنَّها مصدر من أعلم، ومعناها وضع علامة على كل شيء، قال العرب: أعلم الفارسُ، أي علّق عليه صوفاً ملوناً في الحرب، وأعلم نفسه، أي وسمها بسيما الحرب.

ومعنى الإعلام هو وضع العلامة على شيء لإظهاره وإبرازه.

ويمكن القول: إنَّ وضع العلامة على الشيء إنَّما هو وسيلة للكشف عن معرفة

---

(1) رشاد أحمد عبد اللطيف تنمية المجتمع وقضايا العالم التربوية، دار المعرفة الجامعية، ص 135.
(2) بطرس البستاني: محيط المحيط، مادة (علم)، ص 639 وانظر لسان العرب مادة (علم)
(3) سورة القصص الآية 51

لدى واضعها يريد أنْ يظهرها للناس ويطلعهم عليها ويعمها بينهم، فالإعلام ينطوي على الكشف عن المعلومات والمعارف والاتجاهات وإبرازها للناس[1].

ثانياً: مفهوم الإعلام في الاصطلاح:

نستعرض بعض التعريفات الاصطلاحية:

[1] الإعلام هو: "إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشئون الداخلية أو الخارجية"[2].

[2] هو: "نشر الأخبار والآراء على الجماهير"[3].

[3] "تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة معينة"[4].

[4] "النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى الوسائل الإعلامية أو أنّه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة"[5].

إذا كان لفظ الإعلام قد شاع في هذه الأيام كنتاج لحضارة العصر وإمكانية الاتصالية، فإنَّ ذلك لا يعني أنَّ الإعلام كظاهرة اجتماعية فن مستحدث، وإنما يضرب بجذوره في مراحل التطور الإنساني متطوراً منها مجرداً في وسائله، محققاً لأهدافه النابعة من احتياجات الجماعات البشرية، فما يزال الرجال والنساء ـ كما يقول ولبور شرام ـ يُحَيّون أصدقاءهم في الشارع، ولكن أصبح من المألوف أيضاً أنْ يحيي المرء صديقه بالبريد

(1) إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1980م، ص14.
(2) جمال عفيفي: جريدة الصحافة، 1971م، ص26.
(3) إبراهيم إمام: العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1981م، ص316.
(4) ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية، الرياض، 1979م، ص4.
(5) محمد عبد القادر: دور الإعلام في التنمية، وزارة الثقافة والإعلام، 1982م، ص102.

أو التلفون، وأنْ يوجّه زعيم وطني تحياته للسكان جميعاً عن طريق الإذاعة... ما يزال الناس يعقدون الصفقات ويبيعون ويشترون، وقد نشأ حول نظام المقايضة القديم إعلام ضخم معقد للشراء والبيع والإقراض والاقتراض والإعلان ونقل تقارير الأسعار، كذلك تحوَّل الكثيرون من مستوى الترفيه العام الذي كان مجاله الغناء الشعبي ورقص القبيلة إلى الأجهزة الجماهيرية وغيرها من المستحدثات العصرية[1].

ثالثاً: مفهوم الإعلام الإسلامي:

[1] تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله ﷺ بصورة مباشرة أو من خلال وسيلة إعلامية عامة بوساطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة متعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعنى بالحقائق الدينية وترجمتها في سلوكه ومعاملاته[2].

[2] الأصل في الإعلام الإسلامي انّه إعلام عام غير متخصص لمجتمع مسلم أو دولة إسلامية أو حكومة إسلامية، لكن الواقع لمجتمعاتنا الإسلامية يحتم علينا القول بأنَّ الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص، وهو الإعلام الديني[3].

[3] إنَّ مفهوم الإعلام الإسلامي؛ إعلام عام في محتواه ووسائله يلتزم في كل ما ينشره أو يذيعه أو يعرضه على الناس بالتصوُّر الإسلامي للإنسان والكون والحياة

---

(1) عبد العزيز شرف: الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوريع، القاهرة، 1998م، ص 17.
(2) محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي: الأصول والقواعد والأهداف، مؤسسة اقرأ الخيرية، 1992م، ص 54.
(3) محي الدين عبد الحليم: المسئولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط/1، 1983م، ص 36

المستمدة أساساً من القرآن الكريم وصحيح السُّنَّة النبوية وما ارتضته الأُمَّة من مصادر التشريع في إطارها[1].

الدين الإسلامي دين إعلامي بطبيعته، لأنَّه يقوم على الإفصاح والبيان بعكس بعض الأديان الأخرى كاليهودية مثلاً التي لا تختص برسالة وتتذرع بالكتمان والسرية (إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَى مِن بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَئِكَ يَلعَنُهُمُ اللهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللاَّعِنُونَ {159/2} إِلاَّ الَّذِينَ تَابُواْ وَأَصْلَحُواْ وَبَيَّنُواْ فَأُوْلَئِكَ أَتُوبُ عَلَيْهِمْ وَأَنَا التَّوَّابُ الرَّحِيمُ) [2].

كما يُعرَّف الإعلام الإسلامي بأنَّه: "استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمُثُل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب"[3].

يُعَدُّ هذا التعريف الأخير من أحسن التعاريف لمفهوم الإعلام الإسلامي، ذلك لأنَّه يشمل كافة مواصفات ووظائف الإعلام الإسلامي، غير أنَّه لا يقلل من قيمة التعاريف السابقة.

---

(1) محمد محمد يونس: وظائف الإعلام الإسلامي، ورقة مقدمة إلى ندوة: "الإعلام الدولي وقضايا العالم الإسلامي"، القاهرة، نوفمبر 1998م، ص 28-29

(2) سورة البقرة الآيات 159 - 160

(3) عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، عالم الكتب، بيروت، ط/1، 1985م، ص 29.

رابعاً: مفهوم الدّعاية:

يرى صاحب كتاب "لسان العرب" إنّ الدّعاية والدّعوة مترادفتان، حيث يقول في كتابه ﷺ إلى هرقل: "أدعوك بدعاية الإسلام"، أي بدعوته، وهي كلمة الشهادة التي يُدْعى لها أهل الملل الأخرى الكافرة.

وفي رواية: "بداعية الإسلام"، وهو مصدر بمعنى الدعوة، كالعاقبة والعقبى، ودعا الرجل دعواً ودعاءً ناداه، والاسم الدعوة، ودعوت فلاناً، أي صحت به واستدعيته.

والدّعاية يُقصد بها: "عملية الإشارة النفسية بقصد الوصول إلى تلاعب معين في النطق، فإذا بنا إزاء استجبة ما يمكن أنْ يحدث لو لم تحدث هذه الإشارة العاطفية". والدعاية بهذا المعنى لا تفترض سوى التلاعب بالمنطق، وكما تتجه إلى الصديق فإنّها تتجه إلى غير الصديق[1].

وتشترك الدعاية مع التعليم والإعلام والتوعية في هدف التأثير في اتجاهات الرأي العام، بيد أنّها تختلف عنهم في محاولتها خلق رأي عام مستنير تستطيع أنْ تفعل فيه غايتها التأثيرية في الأفراد والجماعات للوصول إلى نتائج معينة تسعى إليها الجهة القائمة بالدعاية دون الاهتمام بالوسائل التي تؤدي هذه الغاية.

وقد عرّفها الترليبيان بأنّها: "محاولة التأثير في عقول الجماهير ونفوسهم والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها بتعابير غير علمية أو مشكوك فيها في مجتمع معين وفي زمن معين، وهي قد تلجأ في سبيل تحقيق أغراضها إلى الكذب والتضليل وتكوين الأخبار وإخفاء مصادرها لتحقيق انقياد الجماهير تطبيقياً خلف أهدافها"[2].

ويرى الدكتور/ عبد اللطيف حمزة أنّ الدعاية هي: "محاولة التأثير في الأفراد

---

(1) عبد الوهاب كحيل: الأسس العلمية، مرجع سابق، ص 29

(2) المرجع السابق نفسه، ص 28.

والجماهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في مجتمع معين، وزمان معين، وبهدف معين"[1].

أصول الإعلام الإسلامي

الإعلام موجود منذ أنْ فتح الإنسان عينيه على حقائق الحياة، وهو موجود منذ بدأ البشر يتعرفون على بعضهم البعض(يَا أَيُّها النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وأُنثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللـهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللـهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ) [2].

الإعلام بدأ مع رسول اللـه ﷺ، ونعني به الإعلام الإسلامي، قال تعالى: (هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ) [3].

وقبل ذلك نزل الوحي بالبيان الإعلامي: (اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ) [4].

ولأنَّ الإسلام دين الإنسانية كافة، فقد كان منذ أمر اللـه سبحانه وتعالى الرسول ﷺ أنْ يجهر بالدعوة، دعوة تلتمس سبيلها إلى القلوب (الموعظة الحسنة)، والكلمة الطيبة، والنذير المخلص.

---

(1) عبد اللطيف حمزة: الإعلام له أصوله ومذاهبه.
(2) سورة الحجرات الآية 13
(3) سورة الجمعة الآية 3
(4) سورة العلق الآية 2

لقد بدأ الرسول ﷺ باختياره للرسالة عن طريق الرؤى الصحيحة فكانت تأتيه هادفة موجهة مستمرة بالنبأ العظيم.

جاء الوحي لرسول الله ﷺ في حراء يقول الله تعالى (اقْرَأْ)كانت هذه فاتحة الوحي، وهي وسيلة من وسائل الإعلام، ذلك أنَّ جبريل عليه السلام لمَّا قال له: (اقرأ) قال: (ما أنا بقارئ) فكان جواب جبريل عليه السلام:(اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ {1/96} خَلَقَ الْإِنسَانَ مِنْ عَلَقٍ) فعلم رسول الله ﷺ مهمته السامية بإعلام من المَلَك.

وتوالت الأحداث وتتابعت وتتابع إعلام الملك لرسول الله ﷺ بقواعد هذا الدين العظيم، هو الدين الإسلامي بقواعده، وأحكامه، وقصصه.

لقد كان الرسول ﷺ أُمِّيًّا، ولكنه الأُمِّيُّ الذكي، فقد درس وبحث، فقد بدأ يعلم الناس هذا الدين، فأعلم به ـ أول ما أعلم ـ زوجته السيدة خديجة، ثم علي بن أبي طالب، ثم صعد سطح سلع (جبل بمكة) في مشهد إعلامي أصيل، وهتف رسول الله ﷺ بأعلى صوته: (يا معشر قريش.. إنِّي رسول الله إليكم فآمنوا بالله ورسوله). على هذه الصورة البسيطة الواضحة، أعلم رسول الله ﷺ علية أهله وقومه بهذه الرسالة[1].

الطور السري للدعوة الإسلامية في مكة طور قصير استثنائي، ومن ثم بدأت مسيرة الإسلام الإعلامية والإعلانية. فالعلن هو منهج الوحي وأسلوبه في خطاب الناس

---

(1) نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية الحضرية، مكتبة نهضة الشارقة، القاهرة، ط/1، 1985م، ص 17.

ونشر الحقائق، فالوحي هو النبأ العظيم (عَمَّ يَتَسَاءلُونَ {1/78} عَنِ النَّبَإِ الْعَظِيمِ {2/78} الَّذِي هُمْ فِيهِ مُخْتَلِفُونَ)[1].

والنبأ لا يكون خفية ولا سراً، لأنَّ طبيعته الظهور والعلانية، والإنباء هو الإعلام بكلام اللـه تعالى، وهو وظيفة الرسل(قَالَ يَا آدَمُ أَنبِئْهُم بِأَسْمَآئِهِمْ فَلَمَّا أَنبَأَهُمْ بِأَسْمَآئِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُل لَّكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنتُمْ تَكْتُمُونَ) [2].(و وَنَبِّئْهُمْ أَنَّ الْمَاء قِسْمَةٌ بَيْنَهُمْ كُلُّ شِرْبٍ مُّحْتَضَرٌ)، (وَاتْلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ إِبْرَاهِيمَ) [3]، و(وَاتْلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ نُوحٍ) [4]، (وَأَوْحَيْنَآ إِلَيْهِ لَتُنَبِّئَنَّهُم بِأَمْرِهِمْ هَـذَا وَهُمْ لاَ يَشْعُرُونَ) [5].

ويتفق خبراء الإعلام على أنَّ الإعلام إنَّما هو رسالة بما ينطوي عليه هذا التعبير من شعب مترابطة:

[1] جهة البث والإرسال.

[2] جهة التلقي والاستقبال.

[3] موضوع البث أو محتوى الرسالة.

[4] حامل الرسالة.

---

(1) سورة النبأ الآيات 1 -3
(2) سورة البقرة الآية 33
(3) سورة الشعراء الآية 69
(4) سورة يونس الآية 71
(5) سورة يوسف الآية 15

والإسلام بطبيعته وبمقياس هذا المفهوم المتفق عليه رسالة إعلامية بالمعنى العلمي للتعبير، فالـلــه سبحانه وتعالى هو المرسل(إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلاَ تُسْأَلُ عَنْ أَصْحَابِ الْجَحِيمِ)والناس هـم جهة التلقي والإرسال (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ) [1]، والحـق هو مضمون الرسالة(وَبِالْحَقِّ أَنزَلْنَاهُ وَبِالْحَقِّ نَزَلَ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلاَّ مُبَشِّرًا وَنَذِيرًا) [2] وحامل الرسالة هـو رسول الـلـه ﷺ(يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ) [3] ومعـروف أنَّ الراغـب في الإسـلام يبـدأ فيـه بموقف إعلامي مشهود ويتلفظ بالشهادة: أشهد ألا إلـه إلاَّ الـلــه، وفي الحـج رفـع الـصوت بالتلبيـة إعـلام فردي وجماعي على طاعة الـلـه والتزام أمره، إذ ليس لله حاجة في أنْ يرفع المؤمنون أصواتهم بالتلبية فهـو سميع عليم يعلم العلني ويعلم السر وأخفى، ولكـن الإعـلام بـذلك ينبثـق مـن طبيعـة الإسـلام الإعلاميـة وجمعه المعجز بين الإخلاص الخفي والمظهر العلني، لقد كان القرآن آية الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية.

الثابت أنَّ القرآن كتاب إعلامي نـزل بـالحق لتحقيـق غـرض معـين، هـو الـدعوة إلى الـلــه تعـالى، وتثبيت عقيدة الوحدانية، ووضع التشريعات التي تُنَظِّم بها شئون الدنيا والآخرة، سالكاً في ذلك جملة مـن الوسائل، منها: الحوار المنطقي، والقصة، والموعظة الحسنة، ومناقشة المواقف والقضايا التي تعرض للناس.

---

(1) سورة سبأ الآية 28
(2) سورة سبأ الآية 105
(3) سورة المائدة الآية 67

ولمّا كان الإعلام علماً يحتاج إلى ثقافة عامة ومتنوعة تستوعب كل اهتمامات الإنسان بقدر معلوم؛ فإنّ في وسعنا القول بأنّ القرآن قد جمع في دفتيه الأطراف المطلوبة لهذه الثقافة المتنوعة.

الدين الإسلامي دين إعلامي بطبيعته، لأنّه يقوم على الإفصاح والبيان بعكس بعض الأديان الأخرى ـ كاليهودية مثلاً ـ التي لا تختص برسالة وتتذرع بالكتمان والسرية (إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَى مِن بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَئِكَ يَلعَنُهُمُ اللّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللاَّعِنُونَ {159/2} إِلاَّ الَّذِينَ تَابُواْ وَأَصْلَحُواْ وَبَيَّنُواْ فَأُوْلَئِكَ أَتُوبُ عَلَيْهِمْ وَأَنَا التَّوَّابُ الرَّحِيمُ) [1]. ولذلك من طبيعة هذا الدين تنبثق أصول الإعلام الإسلامي[2].

لقد وجِّه الأمر بالإعلام عن هذا الدين وتبليغه البشرية إلى الرسول ﷺ للدعوة في سبيل الله بالحكمة والموعظة الحسنة، فكان أمراً للناس جميعاً بعموم التكليف والاقتداء بالرسول ﷺ[3].

والذي يقرأ القرآن بتدبُّر يقف حتماً عند الآيات الكثيرة التي تحدثت عن البلاغ والإنذار والتبشير والإخبار، ويكفي أنْ نعلم أنَّ الآيات التي استعملت كلمة (أعلم، وعلم) وما يشتق منها تجاوزت السبعمائة آية، وقد تكررت بقية الكلمات مرات عديدة، ومن هذه الآيات على سبيل المثال:(أُبَلِّغُكُمْ رِسَالاَتِ رَبِّي وَأَنصَحُ لَكُمْ وَأَعْلَمُ

---

(1) سورة البقرة الآيات 159 - 160

(2) عبد العريز شرف السيرة النبوية والإعلام الإسلامي، مكتبة مصر، القاهرة، 1977م، ص 34.

(3) المرجع نفسه، ص 34

مِنَ اللـهِ مَا لاَ تَعْلَمُونَ) [1]، و(لِيَعْلَمَ أَن قَدْ أَبْلَغُوا رِسَالَاتِ رَبِّهِمْ وَأَحَاطَ بِمَا لَدَيْهِمْ وَأَحْصَى كُلَّ شَيْءٍ عَـدَدًا) [2]، (هَذَا بَلاَغٌ لِّلنَّاسِ وَلِيُنذَرُواْ بِهِ وَلِيَعْلَمُواْ أَنَّمَا هُوَ إِلَهٌ وَاحِدٌ وَلِيَذَّكَّرَ أُوْلُواْ الأَلْبَابِ) [3].

القرآن هو الرسالة الإعلامية المقدسة، وهو معجزة الإسلام الخالدة، وهو الدستور الـشامل الجـامع المنظم لشئون المسلمين في الأمور كلهـا، ومـن ثـم هـو المرجـع الرئيـسي للنـشاط الإعلامـي، يـنظم للـدعاة خططهم، ويحدِّد مجالات نشاطهم، ويحقـق أهـدافهم، ويـستطيع القـائم بالاتـصال أنْ ينهـل منـه ليـدعم الحقيقة ويستعين في معالجة قضايا المجتمع المعاصرة.

والباحث المدقق سيجد أنَّ اللـه تعالى ما بعث رسولاً إلاَّ لإبلاغ العالم رسالة الإسلام، وقد حمل ﷺ أمانة الدعوة بكل تجرُّد وإخلاص من خلال منهج إعلامي متميز، أبرزته دوائر المعارف العالمية، واعترف بـه المستشرقون المنصفون.

منهج يجب أنْ نقف عنده لنستخلص منه النتائج والعبر، ونتعرَّف من خلاله على الأسـاليب التـي حقق بها هذا الإنجاز، وهو المنهج الذي حدَّده الحق في قوله عزَّ وجلَّ(قَالَ قَآئِـلٌ مِّـنْهُمْ لاَ تَقْتُلُـواْ يُوسُـفَ وَأَلْقُوهُ فِي غَيَابَةِ الْجُبِّ يَلْتَقِطْهُ بَعْضُ السَّيَّارَةِ إِن كُنتُمْ فَاعِلِينَ)[4].

---

(1) سورة الأعراف الآية 62
(2) سورة الجن الآية 28
(3) سورة إبراهيم الآية 52
(4) سورة يوسف الآية 10

الحقيقة أنّ الجهود الإعلامية التي أنجزها رسول الـلـه ﷺ لتكـون أصـولاً للإعـلام الإسـلامي، تؤكّـد هذه الجهود الدور الكبير الذي اضطلع به الإعـلام في هـذا الـصدد، وهـي جهـود اسـتلفتت انتبـاه الخبراء والباحثين، وقد حدّد الـلـه تعالى له ركائز هذا المنهج في كلمات دقيقة واضحة لا تحتمـل لبـساً ولا غموضـاً في العديد من الآيات الكريمة، منها قوله عزّ وجلّ (يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَـذِيرًا {45/33} وَدَاعِيًا إِلَى الـلـهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُّنِيرًا) [1]، وقوله تعالى(يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَـا أُنـزِلَ إِلَيْـكَ مِـن رَّبِّـكَ وَإِن لَّـمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ) [2].

وغيرها من الآيات الكثيرة التي تصلح أنْ تكون أصلاً من أصول الإعلام الإسلامي[3].

جاء في كتاب: "تاريخ وسائل الاتصال (الجزء الأول)" للدكتور/ سامي عبد العزيـز الكـومي، الفـصل الخامس بعنوان: "الاتصال في العصر الإسلامي الأول".

استعرض هذا الجـزء أصـول الإعـلام الإسـلامي، لـذا سـوف اسـتعرض مـا جـاء فيـه باختـصار، بـدأ باستعراض البلاغ والدعوة وذكر أنّ البلاغ في كتب اللُّغة العربية وفي القـرآن الكـريم مـن معنـى الإعـلام في العصر الحديث.

يقول ابن منظور في "لسان العرب": "والإبلاغ الإيصال، وكذلك التبليغ والاسم منه البلاغ، ونقـول في هذا: وبلغه وتبلغ، أي كفاية، وبلغت الرسالة، والبلاغ: الإبلاغ".

---

(1) سورة الأحزاب الآيات 45 - 46

(2) سورة المائدة الآية 67

(3) محي الدين عبد الحليم: إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، وزارة الأوقاف والـشئون الإسـلامية، قطر، ط/1، 1998م، ص 60-61.

وفي "المعجم الوسيط": "أبلغه الشيء أو أبلغه إليه: أوصله إليه، والبلاغ: ما يتوصل بـه إلى الكفايـة، ويقال: في هذا الأمر بلاغ، أي كفاية، والبلاغ: ما يذاع في رسالة ونحوها، والبلاغ: مهمة الرسول وأتباعـه مـن بعده".

والبلاغ يشمل: الإقناع والشرح والبيان والتوضيح، ـ وهي مهـام الإعـلام ـ ووصـف الـبلاغ في القـرآن بأنّه البلاغ المبين، وقد ورد البلاغ في آيات كثيرة في القرآن الكريم منها قول الـلـه تعالى(إِنَّ الدِّينَ عِندَ الـلـهِ الإِسْلاَمُ وَمَا اخْتَلَفَ الَّذِينَ أُوْتُواْ الْكِتَابَ إِلاَّ مِن بَعْدِ مَا جَاءهُمُ الْعِلْمُ بَغْيًا بَيْنَهُمْ وَمَن يَكْفُرْ بِآيَاتِ الـلـهِ فَإِنَّ الـلـهِ سَرِيعُ الْحِسَابِ {19/3} فَإنْ حَآجُّوكَ فَقُلْ أَسْلَمْتُ وَجْهِيَ للهِ وَمَنِ اتَّبَعَنِ وَقُل لِّلَّذِينَ أُوْتُواْ الْكِتَابَ وَالأُمِّيِّينَ أَأَسْلَمْتُمْ فَإِنْ أَسْلَمُواْ فَقَدِ اهْتَدَواْ وَّإِن تَوَلَّوْاْ فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلاَغُ وَالـلـهُ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ) [1]، وقال تعالى

(قُلْ أَطِيعُوا الـلـهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ فَإِن تَوَلَّوا فَإِنَّمَا عَلَيْهِ مَا حُمِّلَ وَعَلَيْكُم مَّا حُمِّلْتُمْ وَإِن تُطِيعُوهُ تَهْتَدُوا وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ) [2].

جاء في كتاب: "الإعلام: قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسـلامي" تحـت عنـوان: "مـصادر الإعـلام الإسلامي" ما يمكن أنْ يكون أصولاً للإعلام الإسلامي، نثبته هنا باختصار.

---

(1) سورة آل عمران الآيات 19 - 20

(2) سورة النور الآية 54

المصادر المقصود بها الأصول، وهي تتمثل في القرآن الكريم، والسُّنَّة التي تشرح القرآن وتبيِّن مقاصده.

أولاً: القرآن الكريم:

يُعَدُّ القرآن الكريم المصدر الأول للإعلام الإسلامي، ذلك بما يتضمنه من أحكام، وتعاليم، وآداب، وأخلاق. فيلتزم الإعلام بكل ذلك، وكذلك كل شخص وكل مؤسسة إعلامية.

بالنسبة لهذا المصدر؛ فإنَّه يجعل الرسالة الإعلامية في الإسلام تتسم بالثبات، حيث إنَّ مصدرها الله رب العالمين، بخلاف رسالة الإعلاميين الأخرى، ولذلك فإنَّ دور القائمين بالاتصال هو مجرد نقل وتبليغ الرسالة دون أية إضافة أو تحريف، ولذلك يجب أنْ يكونوا على أعلى درجات الصدق والحذر واليقظة التامة.

وبالنسبة للإعلام الإسلامي؛ لا يكون الالتزام فقط بالقول، وإنَّما بالعمل أحياناً، ومن الضروري بيان وجوب هذا الالتزام وحكمته وآثاره الطيبة من خلال وسائل الإعلام على اختلافها وتنوُّعها، وهذا هو المجال الأول بالنسبة للإعلام.

أمَّا المجال الثاني؛ فهو ندب الناس إلى المثل الأعلى بعد التزامهم بالحد الأدنى أو ندب الناس إلى الفضل بعد أدائهم الحق أو التزامهم به أو ندب الناس إلى التوجيه بعد أدائهم التشريع والتزامهم به، ومن خلال مختلف الوسائل، وهو أمر لا يقدر عليه غير الإعلام.

أمَّا المجال الثالث؛ فهو عرض القصص القرآني والمثل القرآني في حدود ما يسمح به الشرح، وذلك من خلال الوسائل والأساليب الملائمة، وهذا المجال إنْ أحسن استخدامه بغير خروج على القواعد فإنَّه يشغل الناس بالحق بدلاً من أنْ يشغلهم

بالباطل، ويؤدي القصص والمثل القرآني دوراً مهماً في التربية وفي التوجيه، بل وفي التشريع[1].

ثانياً: السُّـنَّة والسيرة النبوية:

المعروف أنَّ القرآن جاء مجملاً في قضاياه، ولكن التفصيل والبيان تولته السُّـنَّة، ونشير هنا إلى آيات كثيرة حيث يأمرنا الـلـه بأنْ نطيع الرسول ﷺ لأنَّ طاعته من طاعة الـلـه، قال تعالى (وَمَـن يُطِـعْ الـلــهَ وَرَسُولَهُ)[2]، وقال تعالى(وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانتَهُوا) [3].

وما قيل عن الكتاب كمصدر وأصل للإعلام يقال كذلك عن السيرة النبوية، كما يقال عن السُّـنَّة من التزام الأحكام، وبث الالتزام من خلال وسائل الإعلام ورفع النـاس إلى المثـل الأعـلى والإفـادة مـن القـصص والأمثال الواردة بالسُّـنَّة.

فإذا عدنا إلى سيرة رسول الـلـه ﷺ وسيرة تلك النماذج الإسلامية من الصحابة والتابعين نجـد فيهـا المورد الخصب الثر الذي يمكن أنْ تعرضـه وسـائل الإعـلام في حـدود المـشروع بعيـداً عـن طريـق الـترخُّص، والتبذُّل، والإسفاف، والمخالفة الشرعية.

ثالثاً: التجارب والقصص والإنتاج البشري:

وهي تجارب مَنْ سبقونا بالإيمان، وهي تعرض مثلاً وقدوة وعـبرة، وتلتـزم فيهـا القواعـد الـشرعية. فالقصص اعتمد عليها القرآن كوسيلة في سبيل الدعوة والاتصال الجماهيري، وبعـد انقطـاع الـوحي ووفـاة الرسول ﷺ مضى المسلمون في طريقة القصص.

---

(1) علي جريشة. نحو إعلام إسلامي، مكتبة وهبة، القاهرة، 1989م، ص 89.
(2) سورة النور الآية 52
(3) سورة الحشر الآية 3

إنَّ قصص القرآن كله صدق، ولكن القصص غيره ربما كان فيه بعض الكذب، وهذا يحتاج إلى تمحيص واجتهاد في شرعيته وإمكانية عرضه والطريقة التي يمكن أنْ يعرض بها.

وهنالك الإنتاج البشري الذي يحتاج إلى الضبط بالقواعد الشرعية والخُلُقية، بحيث لا يعرض ما يتنافى والشرع أو يخدش الأخلاق[1].

خصائص الإعلام الإسلامي

للإعلام الإسلامي خصائص تجعله يختلف عن غيره من أنواع الإعلام. يثبت هنا الباحث الخصائص التي أوردها الدكتور/ محمد منير سعد الدين في كتابه: "الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي"، وذلك باختصار:

[1] إعلام قاعدته الحرية وقمته المسئولية:

في النظام الإسلامي تُعَدُّ الحرية أساس النظام السياسي، وهي قاعدة لنظامه الإعلامي. والحرية فطرة لا يصادرها الإسلام.

وفي الإعلام الإسلامي إذا كانت قاعدته الحرية؛ فالمسئولية هي قمته، حتى لا تنطلق الحرية بدون ضوابط. ومن هذه الضوابط: العقيدة، والأخلاق، وعدم المساس بالآخرين. وهي خاصية يمتاز بها الإعلام الإسلامي دون الإعلام الغربي الذي يطلق للحرية العنان، مما ينتج عنه التفريط، وبها أصبح الإعلام الغربي إعلاماً إباحياً وفاسداً. والإعلام الإسلامي يتوسط ويتمثل التوازن.

إنَّ فلسفة الإعلام الإسلامي لا يمكن أنْ تتم إلاَّ ضمن أُطُر سلوكية وأخلاقية معينة محددة، ومن خلال محاسبة النفس وإحياء الضمير والوازع الديني في الإنسان، ومن

---

(1) علي جريشة، نحو إعلام إسلامي، مرجع سابق، ص 9.

خلال المحاسبة والمساءلة التي فرضها الإسلام وأصلح بها الحياة في شتى نواحيها، فإنّ النفس الإنسانية إذا تركت لشهواتها انحرفت وفتنت، وليس شيء أضر لها من أنْ تأمن الحساب وتغدو بعيدة عن يد القانون فيلعب بها الهوى ويوردها موارد الهلاك، ولذلك أقام فيها الإسلام رقيبين يكمل أحدهما الآخر:

أمّا الأول فواعظ الإيمان في قلب كل مسلم يحاسبه ويسدّده ويرغّبه في مرضاة الله ويخوّفه عذابه.

والثاني القانون والمحاسبة، ويكون كل إنسان مسؤولاً عما أوكل له، والقانون في الإسلام فرض هيبته على العامة والخاصة[1].

والمحاسبة في الإسلام تسير بالإنسان دائماً نحو الأفضل، وتجعله رقيباً على نفسه، وتحفظه من القول، وتسمو به نفسياً، وروحياً، وأخلاقياً، واجتماعياً، وبدنياً، وفكرياً[2].

[2] إعلام حرمات وحقوق:

والحرمات هي: حرمة الدين، وحرمة العِرْض، وحرمة النفس، وحرمة العقل، وحرمة المال.

وقد حافظ الشارع على الضرورات الخمس، وهي: الدين، والعِرْض، والنفس، والعقل، والمال، أوجدها وأصلحها وأكملها، وأبعد عنها الموانع ودرأ عنها المفاسد، فأي عمل يخل بها أو يهدمها محرّم وعلى المسلم أنْ يجتنبه.

في ظل الإعلام الإسلامي لا يتصور أنْ يتولاها من يرفض الدين أو يسخر منه أو

---

(1) أحمد محمد العسال: النظام الاقتصادي في الإسلام، مكتبة وهبة، القاهرة، 1977م، ص 145.

(2) محمد منير سعد الدين: الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي.

من رجاله أو أحكامه أو يثير حوله الشبهات أو ينتهك الأعراض أو يفسد الأخلاق ويثير الغرائز من خلال إثارة الجنس الرخيص[1].

والإسلام يقدر المسئولية ويحافظ على حقوق الفرد في مواجهة الآخرين، وللإسلام ضوابط للإعلام، منها: أنَّ الإعلام يخدم المبدأ ولا يخدم النظام، ويكون الإعلام في خدمة الإسلام وليس الإسلام في خدمة الإعلام.

وعندما يكون الإعلام إسلامياً؛ فإنَّ المشرفين عليه يستندون إلى أحكام الشرع في كل ما يقال ويعلن، ولذلك فإنَّ مَنْ يكون همه حمل الرسالة السامية إلى العالم لن يجد الوقت الكافي لديه لنشر المهاترات وسفاسف الأمور لملء الفراغ أو لإلهاء الرعية، ولا فراغ عند الوسيلة الإعلامية، والإعلام الإسلامي لا يكذب، ولا يتملق، ولا يحرِّف، ولا يتلون، ولا ينافق، ولا يستجدي، ولا يخشى في الحق لومة لائم. وهو بالتالي يعلِّم الناس القيم والفضائل، ولا ينشر الفضائح والرذائل، وإنَّما يعمل على نشر الفضيلة، ويعمل على احترام عقول الناس، ويحترم العادات والمشاعر التي تنسجم مع الشرع الإسلامي، وهو يقف مع المظلومين، ويحاسب المسئولين[2].

[3] إعلام ملتزم بالإسلام وأخلاقه:

الإعلام الوضعي المعاصر انفصل عن الدين لأسباب كثيرة، فالذي يميز الإعلام الإسلامي هو ارتباطه التام بالإسلام عقيدة وشريعة وأخلاقاً، وهذا الذي يجعل الإعلام الإسلامي إعلام صدق وأمانة وثقة ودقة وشمولية وموضوعية وسائر أخلاق الإسلام،

---

(1) زغلول راغب النجار: أزمة التعليم المعاصر وحلولها الإسلامية، المعهد العالي للفكر الإسلامي، 1990م، ص 135

(2) عايد الشعراوي: تدوين الفكر الإعلامي في العالم، دار النهضة الإسلامية، بيروت، 1989م، ص141.

ولذلك لا بُدَّ أنْ يكون إعلاماً أخلاقياً إسلامياً، ولا يكون الإعلام كملاً إلاّ بالأخلاق. والشمول الموضوعي.

نقصد به بيان أنَّ الجميع سواء أمام أحكام الإسلام، غنيهم وفقيرهم، شريفهم ووضيعهم، ولا استثنء لأحد، وشمولاً مكانياً يعني شمول الإسلام كشريعة لكل أرض الإسلام أو شموله كدعوة لكل العالم[1].

والنشاط الإعلامي في الإسلام خلافاً للنشاط الإعلامي في النظم الوضعية له طابعٌ تعبُّدي وهدفٌ سامٍ، ويجعل الرقابة على ممارسة هذا النشاط رقابة ذاتية.

الإعلام الإسلامي يركز على الأخلاق، لأنَّها ضرورة من ضروريات الحياة والوجود الإنساني.

لقد قدم الإسلام للإنسانية دستوراً أخلاقياً شاملاً، تنتظمه نظرية مفصلة توضح كل العناصر الضرورية اللازمة لتكوين فكرة دقيقة عن الطريقة التي ينبغي أنْ نتصور بها معنى الأخلاق. والنظرية الإسلامية في الأخلاق؛ نظرية فريدة عمدتها لالتزام والمسئولية والجزاء، ولها حد أدنى من الأخلاق الفضلة تخص الإنسان العادي، وما زاد فهو إكمال يحث عليه القرآن الكريم ويدعو إليه.

وتُعَدُّ الأخلاق الفاضلة أساساً مهماً من أسس العملية الإعلامية، والإعلام في كل أبعاده إعلام أخلاقي.

[4] إعلام مستقل رافض للتبعية:

الإعلام الإسلامي يتميز باستقلاليته ورفضه للهيمنة، وهو ذاتي الانطلاق ويرفض أشكال التبعية، وهو عالمي التوجيه ودعوته عالمية، وهو بهدا يرفض كل ما يتعارض مع المصادر الأساسية للإسلام من قرآن كريم وسُنَّة نبوية.

---

(1) علي جريشة. نحو إعلام إسلامي، مرجع سابق، ص 87.

[5] إعلام القدوة الحسنة والمثل الصالح:

لقد ركّز الإسلام على القدوة الحسنة، فالرسول ﷺ هو أسوتنا وقدوتنا ومثلنا الأعلى، وخرّج لنا نماذج بشرية من أصحابه كانوا أيضاً القدوة والمثل، مما أثبت أهمية الصفوة المختارة المتميزة بالحكمة، والعلم، والبصيرة، والصلاح، والاستقامة التي يمكن أنْ تشكّل القدوة الحسنة، لأنّ فقدانها سيؤدي إلى أنْ تقاد البلاد بجهلة متسلطين انتهازيين قليلي الخبرة، لسانهم عربي وعقولهم وقلوبهم غير ذلك، وهذا يؤدي بالمجتمع إلى الضياع.

[6] إعلام موضوعي هادف:

الإعلام الإسلامي يعتمد على الأسلوب الموضوعي، القائم على التحليل والتأمُّل، واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى الإنسان، الذي يجب أنْ تتوجه إليه بالإقناع، لا أنْ تجره جراً بوساطة الغرائز، والعواطف، والانفعالات[1].

والإعلام الإسلامي الهادف يركّز على بناء الإنسان الصالح الذي يعرف ربه ونفسه ورسالته، بحيث يصبح الإنسان لبنة صالحة في بناء المجتمع.

[7] إعلام قائم على الإقناع لا الإكراه:

اعتمد الإعلام الإسلامي في مخاطبة جماهير الناس على الإقناع دون الإكراه، وهو مبدأ إسلامي مهم عرضته الآيات والأحاديث وطبّقه رسول الله ﷺ ودأب عليه الإسلام إلى يومنا هذا.

---

(1) منير حجاب: نظريات الإعلام الإسلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية، 1982م، ص39.

الفصل الثاني

الشمول الإعلامي الديني

الفصل الثانى

الشمول الإعلامى الدينى

ما يزال تعبير الإعلام في لغتنا العربية يحتاج إلى تحديد، فبرغم شيوع كلمة الإعلام في ثقافتنا العربية، وبرغم الدراسات الإعلامية الحديثة في الوطن العربي وغيره، فإن اصطلاح الإعلام أحيانا يتسع ليشمل مفهوم الاتصال، ويضيف أحيانا فيقتصر على وسائل الإعلام وحدها.

فنجد أن مفهوم الإعلام في اللغة بأنه " مصدر أعلم وأعلمت كأذنبت ويقال استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه، وأعلم الفارس، جعل لنفسه علامه الشجعان، وأعلم الفرس أي عاق عليه صوفا أحمر أو أبيض في الحرب، وأعلم نفسه وسمها بسيما الحرب"[1]

وتعدد المعاجم المختلفة من مادة "علم" ومشتقاتها، فهي في كثير من استعمالاتها تعني العلم الذي هو ضد الجهل وتعني الإخبار أو الإنباء بشيء، وهي مفاهيم لا تبتعد كثيرا عن المعنى الاصطلاحي للإعلام، فهناك عدة مصطلحات مختلفة للإعلام، فنعني بالإعلام اصطلاحا"بأنه بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية

فالإعلام يعتبر جملة من المعلومات، التي تعمل مساعدة المستقبلين هنا هم الأفراد أو الجماعات من خلال الاتصال والتفاعل الذي يتم بينهم، ويمكن القول بأن الإعلام " يقصد بالمعلومات والأخبار أي مضمون يعمل على تنوير المستقبلين ورفع الغشاوة عن أعينهم، ومساعدتهم على صناعة القرار

---

(1) محمود كرم سليمان : التخطيط الإعلامي في ضوء اللعلامي في ضوء الإسلام،دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع،المنصورة، ط1409،1هـ-1988م.

المناسب ونرى أن مكونات عملية الإعلام تتفاعل وتكون في صورة تغييرات مستمرة خلال فترة من الزمن، فالتفاعل يتم بين فردين ويسمى الاتصال هنا بالاتصال الشخصي، كما يتم بين أفراد وجماعات متفرقة ويسمى اتصال جمعيا، فالمرسل لا يستطيع أن يتفاعل مع أفراده وجها لوجه. فالإعلام " هو جانب من عملية الاتصال التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين.

فالاتصال يقوم على المشاركة في المعومات والصور الذهنية والآراء[1]" والتأثير في سلوك المستقبل هو هدف عملية الإعلام، فالرسالة الإعلامية التي لا تحضى باستجابة المستقبل لا يمكن أن تعتبر اتصالات.

فقد تلجأ العملية الإعلامية بطرقها ووسائلها للوصول إلى عقول الناس، فالمهم أن تكون عاملا مؤثرا على الفرد في مجتمعاتنا الإسلامية.

فهنا جاء مفهوم الإعلام العام ليختلف عن قول الآخرين:"إن الإعلام هو الإخبار بالحقائق والمعلومات الصادقة من أجل اتخاذ موقف صحيح، فهذا القول أيضا تصور لما يجب أن يكون عليه الإعلام، وليس تعريفا لحقيقته[2]."

فهو قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة، فبذلك يعتمد على نشر الحقائق والأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز

وقد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة أو التي تثير الغرائز، فتحط من مستوى الناس وحينئذ يتجهون إلى

1محمود كرم سليمان : التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة، ط1، 1904ه-1988م، ص18

2الدكتورة عمارة نجيب :الإعلام في ضوء الإسلام، مكتبة المعارف، الرياض، ط1، 1400ه-1980م، ص17.

غرائزهم لا إلى عقولهم ليكون:" كل نقـل للمعلومـات والمعـارف والثقافـات الفكريـة والـسلوكية، بطريقـة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية

أو الاعتبارية، بقصد التأثير سواء عبر موضوعيا أو لم يعبر، وسواء كان التعبـير لعقليـة الجماهـير أو لغرائزهم[1]."

و هـذا مـا يجـري الآن في كافـة الـبلاد العربيـة مـن خـلال جميـع وسـائلها الإعلاميـة المختلفـة، فالتعريف العلمي للإعلام يجب أن يشمل النوعين حتى يضم الإعلام الصادق والإعلام الكاذب.

لقد علمنا أن الإعلام نشاط مستقل في المجتمع له أهدافه ووسائله ووظائفه المتميزة، وأجهزته على المستويات الوطنية والدولية والعالمية. وهناك أيضا ما يسمى بالإعلام الإسلامي، ومـما يجـدر بنـا أن نـذكره بأن الإعلام الإسلامي لا يقتصر فقط على الوسائل الدينية المتخصصة أو العامة،مثل: إذاعات القرآن الكـريم، أو الوعظ والإرشاد أو خطبة الجمعة،بل إنه يستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعـلام المتخصـصة والعامـة في المجتمع الإسلامي في تحقيق أهدافه.

فالإعلام الإسلامي " هو عملية الاتصال التي تشمل جميع أنـشطة الإعـلام في المجتمـع الإسـلامي وتـؤدي جميـع وظائفـه المـثلى، الإخباريـة والإرشـادية والترويجيـة عـلى المـستوى الـوطني والـدولي والعـالمي، وتلتـزم بالإسـلام في كـل أهـدافها ووسـائلها وفـيما يـصدر عنهـا

1الدكتورة عمارة نحيب :الإعلام في ضوء الإسلام، مكتبة المعارف، الرياض، ط1، 1400ه-1980م، ص17.

من رسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويجية وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولا وعملا، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة[1]."

فهو ليس مجرد بعض دروس ومواعض تلقى من خلال أجهزة الإعلام ولا تلك المسلسلات التاريخية عن التاريخ الإسلامي التي تعرض ضمن برامج الإذاعات أو التلفزيونات في بعض العربية، وإنما الإعلام الإسلامي هو كل ما يصدر عن وسائل وأجهزة الإعلام في المجتمع الإسلامي من مواد ورسائل وأخبار وحقائق وندوات وبرامج موجهة، اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية وترويحية وغيرها.

فالإعلام الإسلامي هو أسلوب عصرنا الحديث لتبليغ رسالة الإسلام ويدخل في مضمونه البشارة والنذارة، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، فالتبشير إعلام بالخير، والإعلام إعلام بالخطر، والإعلام الإسلامي إعلام للناس بالحق الذي ينبغي أن يلتزموا به، وإعلام بالباطل الذي عليهم أن يبتعدوا عنه.

فالإعلام الإسلامي " بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتقبيحه بالطرق المشروعة بقصد جلب العقول إلى الحق، وإشراك الناس في خير الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل وإقامة الحجة عليهم [2]".والإعلام الإسلامي قبل كل شيء أداة الدعوة لبلوغ هدفها، فهو إعلام ذو مبادىء أخلاقية وأحكام سلوكية مستمدة من دين الإسلام، وهو إعلام واضح

1مجمود كرم سليمان : التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، النمصورة، ط1، 1904ه-1988م، ص62.

. [2] محمود كرم سليمان : التخطيط الإعلامي في ضوء اللعلامي في ضوء الإسلام،دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع،المنصورة، ط1409،1ه-1988م،ص60.

1معجزة :أمر خارق للعادة يظهره اللـه على يد نبي تأييدا لنبوته

صريح عفيف الأسلوب، نظيف الوسيلة، شريف القصد عنوانه الصدق، وشعاره الصراحة وغايته الحق، لا يضل ولايضلل، بل يهدي إلى الحق، ولا يعلن إلا ما يبطن ولا يتبع الأساليب الملتوية ولا سبل التغرير والخداع.

• القرآن الكريم:

إن القرآن الكريم كتاب إعلامي نزل بالحق لتحقيق غرض معين وهو الدعوة إلى الله تعالى، وتثبيت عقيدة الوحدانية، ووضع التشريعات التي تنتظم بها شؤون الدنيا والآخرة سالكين في ذلك مجموعة من الوسائل منها:الحوار المنطقي، الموعظة الحسنة، وقصص الأنبياء وقصص أخرى، ومناقشة المواقف والقضايا التي تعرض للناس.

" فيعتبر القرآن الكريم أكبر وسيلة من وسائل الإعلام،فقد اعتبره بعض الكتاب الإسلاميين رسالة إسلامية معجزة[1] تقف على قمة العمل الإعلامي،فقد تحدى الله تعالى الناس جميعا أن يأتوا بمثل هذا القرآن أو بسورة أو بآية أو آيات منه.

فالإعجاز في القرآن هي الحقيقة الإعلامية الخالدة،حيث يستعين باللغة الفصيحة والعبارة البليغة الواقعية القادرة على غزو القلوب والعقول، مما جعله حتى اليوم الوسيلة الإعلامية التي تحقق وحدة الفكر للمسلمين[1].

ونستنتج من ذلك أن القرآن الكريم ظاهرة تاريخية منفصلة عن العصر الحاضر أي أنه لم يتوقف تأثيره في صنع الأفكار وتعيين العادات والتقاليد والتأثير في النفوس في فترة محددة ومعينة، بل إنه لا يزال محتفظا بالدفاع عن أصالته وثباته وقدرته على المعاصرة.

---

1. محمود كرم سليمان : التخطيط الإعلامي في ضوء اللعلامي في ضوء الإسلام،دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع،المنصورة، ط1409،1ه-1988م،ص126.(بتصرف) .

والقرآن الكريم:تاب إعلامي نزل من عند اللـه تعالى لتحقيق غرض معين، هو هداية البشر كافة إلى اللـه تعالى، وتثبيت عقيدة الوحدانية، ويعني ذلك أن القرآن الكريم قد سيق إلى استخدام أساليب الإعلام الحديث،

فهو يتميز بمقومات خاصة، نوردها كالآتي:

1- التنوع في الأداء والواقعية في الأدور.

2- البيان المعجز.

3- التزام الصدق.

4- المواجهة الصريحة والاهتمام بالسلوك.

5- الشمول لمختلف القضايا والمواقف المتعلقة بشؤون الإنسان في الدنيا والآخرة.

6- تقديم الحقائق العلمية في قدرة الإنسان على الاستيعاب.

7- اتباع أسلوب الأداء الأمثل في التنوع والتغيير[1].

وإذا كان القرآن الكريم وما يتميز به من مقومات وخصائص، والذي هو شريعة اللـه تعالى ودستور المسلمين الذي يصلح لكل زمان ومكان، فإنه يجدر بنا حفظ القرآن الكريم وترتيله،ليس في المناسبات فقط أو في أشهر معينة، بل في أي وقت وفي أي مكان وذلك سعيا وراء البركة واستفادة مما يحويه من أحكام وتشريع."فما أحوج الإعلام الإسلامي وهو يدعو ويعلم ويصحح أن يكون القرآن هو وسيلة في الإعلام

. 1 1 محمود كرم سليمان . التخطيط الإعلامي في ضوء اللعلامي في ضوء الإسلام،دار الوفاء للطباعة والنشر والتوريع،المنصورة، ط1409،1ه-1988م،ص127 (بتصرف) .

والتبيغ.فالقرآن الكريم كتاب سماوي ينفرد بطريقته في عرض الوقائع وتقرير[1] الأحداث2بين أحكام اللـه، وأسلوب معين في التعليم والتوجيه والوعظ[2] ".

وكان كرد فعل لهذا أن نشأت الجمعيات الدينية المختلفة التي تدعو إلى حفظ القـرآن الكـريم،كما انتشرت مكاتب تحفيظ القرآن في كل قرية وفي كل مدينة، فقد قـاموا بنـشر دعـواهم المختلفـة مـن أجـل التمسك بالقيم الدينية وكان من أبرزها حفظ القرآن والتمسك بأحكامه والمطالبة بتطبيقها كقوانين تحكـم علاقات البشر بعضهم البعض.

• الــسنة النـــبوية:

كان الرسول -صلى اللـه عليه وسلم -في جميع أحواله وفي كل ما ينطبق بـه مـن أقـوال وأحاديـث يمثل القرآن الذي نزل عليه، فصدقت السيدة عائشة أم المؤمنين -رضي اللـه عنها -حـين سـئلت عـن خلـق الرسول فقالت:صلى اللـه عليه وسلم- "كان خلقه القرآن".

"فيلي القرآن الكـريم في الأهميـة الحـديث الـشريف، فهـو وسـيلة إعلاميـة شـديدة الفاعليـة (...) فلاتزال أعمال الرسول -صلى اللـه عليه وسـلم -ووسـائله وأحاديثـه وخطبـه أكـبر مـصدر للعلـم والثقافـة الإسلامية في العالم، والرسول-صلى اللـه عليه وسلم -يعتـبر الرسـالة الإعلاميـة الأولى، فهـو النمـوذج المثـالي المبلغ لها، فسنته الشريفة تمثل الرسالة الإعلامية المثلى [3]".فالحديث الـشريف يعتـبر وسـيلة إعلاميـة شـمل الكثير من التاريخ والقصص وغيرها التي تمثل أوسع ثروة من المواد الإعلامية التي تغطي احتياجات الإعـلام

1تقرير: (قرر) الأمر: رضيه وأمضاه -2الأحداث : (م) حدث : الأمر - حدوثا أي وقع

2دكتورة نوال عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، المطبعة التجارية الحديثة، القاهرة، 1984م، ص43-ص44 .

3. محمود كرم سليمان : التخطيط الإعلامي في ضوء اللعلامي في ضوء الإسلام،دار الوفاء للطباعة والنشر والتوريع،المنصورة، ط1409،1ه-1988م،ص127-ص128

الإسلامي في جميع المجالات، فقد يعتمد عليه في نشر الدعوة وفي شرح تعاليم الإسلام،وفي الحث على العمل والجهاد في سبيل الله والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وغير ذلك مما يتعلق بشؤون الحياة الدنيوية والأخروية.

إن كل دعوة لابد لها من داعية، وهذا الداعية لابد أن تتوافر فيه خلال وينفرد منها خصال، والله سبحانه العليم بخلقه، لما تعلقت إرادته العليا بإنزال الدعوة الإسلامية اصطفى له رجلا توفرت فيه كل مقومات الرسول.فاصطفى لها محمد -صلى الله عليه وسلم - (وإنك لعلى خلق عظيم)، وأجملهم خلقا وأدبا (أدبني ربي فأحسن تأديبي، وحاول بالحكمة والموعظة الحسنة والكلمة اللينة المحببة (ولو كنت فظا غليظ القلب لانفضوا من حولك لقد " كان رسول الله قدوة حسنة، فقد كان صادقا ومؤمنا بالرسالة إيمانا لا حدود له، وكان طلق اللسان ومحدثا لبقا، محبا للناس، كما حدث في يوم "أحد"حين كسرت رباعيته[1] وشبح[2] وجهه وشق[3]ذلك على أصحبه وقالوا "لو دعوت عليهم "فقال: "إني لم أبعث لغانا ولكني بعثت داعيا ورحمة اللهم اهدي قومي فإنهم لا يعلمون. (...) وكان الرسول له طابع مميز في خطبه إذا كانت تتسم بطابع التبشير والدعوة أو الدعاية [1]"

وهكذا كان الرسول المثل الأعلى للدعاية وقد زوده الله بالحلم والحكمة والصبر، فعندما يئس أهل مكة ذهب إلى الطائف يدعوها إلى الإسلام فأوذي أبلغ الأذى، ولكنه كان صابرا محتسبا إلى الله تعالى، داعيا إلى الخير والموعظة الحسنة.

لقد تم الحديث عن الأحاديث النبوية وطرق استغلالها في الأمور السياسة لتكون دليلا واضحا على أن لها قدرة ادعائية ازدادت مع الأيام قوة.

1رباعيته: الرباعية : السن بين الثنية و الناب-2شبح: مده بين أوتاد-تغير -3شق:صعب

1دكتورة نوال عمر :دور الإعلام الديني في تعيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية، المطبعة التجارية الحديثة، القاهرة، 1984م، ص43-ص48

فهاهي الأحاديث النبوية أصبحت تتماشى مع الدعوة الإسلامية ومع القرآن وذلك في عهد الرسول -صلى الله عليه وسلم - وأنها كانت قوة هائلة في نشر الدين والعمل بالقرآن وذلك على الوجه الذي لا نظير له في أية فترة أخرى من فترات الإسلام. وأحاديث الرسول -صلى الله عليه وسلم -ملذة قوية تصلح لكل ثورة من الثورات الإسلامية، فالمسلمين يعتمدون اعتمادا قويا على الأحاديث النبوية، فقد تركت في نفوسهم من الأثر العميق ما لا تتركه وسيلة أخرى من وسائل الإعلام، باستثناء القرآن.

وهكذا للحديث أوسع مادة للعلم والثقافة وقد اعتمد عليه الحكام وأهل المذاهب الدينية لنشر مذاهبهم[1].

نستنتج من ذلك أن للحديث أوسع مادة للدعاية، فقد اعتمد عليه الحكام في الترويج لسياستهم. كما اعتمد عليه أهل المذاهب الدينية لنشر مذاهبهم.

- **الحـــــج:**

عند الحديث عن الحج لا نتحدث عنه بأنه ركن من أركان الإسلام، ولا من حيث هو نوع من أنواع الهجرة إلى الله أو من حيث حكمته البالغة في جمع كلمة المسلمين من شتى بقاع العالم، ولا من حيث الغاية التي شرع من أجلها ليكون اتباعا للدين الحنيف، وإنما الهدف هو التحدث عن الحج من حيث أنه أكبر ,سائل الدعوة الإسلامية حيث أنه مقرون بكثير من المظاهر الإعلامية والأشكال الادعائية.

" فهي من الوسائل الإعلامية الخاصة بالإسلام، فالحج هو المؤتمر الأكبر العالمي والتجمع الأعظم، يلتقي فيه المسلمون من مشارق الأرض ومغاربها - لقول الله تعالى "

1الدكتور عبد اللطيف حمزة :الإعلام، دار الفكر العربي، ط1، 1978، ص60 .(بتصرف) .

وأذن[1] في الناس بالحج يأتوك رجالا[2] وعلى كل ضامر[3] يأتين من كل فج [4]عميق ". صدق الـلـه العظيم[5].

فالـلـه تعالى حث ونأى إلى التجمع الأكبر والأضخم، والمؤتمر الأعظم هو يوم الحج الأكبر، الذي فيه يلتقي المسلمون من كل مكان مستجيبين لنداء الـلـه، مهاجرين بقلوبهم إلى الـلـه تاركين أهلهم وذويهـم، متجردين لعبادة الـلـه وذلك بالطريقة التي رسمها لهم لا يحيدون عنها أبدا.

ولفريضة الحج الأثر الأكبر في نفوس المسلمين، فهو يثبت عقيدتهم ويزرع الإيمان والـسكينة فـيهم فقد عزم الرسول -صلى الـلـه عليه وسلم - على أداء فريضة الحج ليبـين مناسـك الحـج والعمـرة، وأشـكاله التي تعتبر من الأشكال الادعائية والدعوة إلى الإسلام وأولها النـشيد الـذي يهتـف بـه المـسلمون متـوجهين مترعين إلى الـلـه تعالى.

فمن مظاهر الدعوة الإسلامية التي اقترنت بفريضة الحج.

1- الطواف حول الكعبة سبعة أشواط.

2- الوقوف بعرفات:مؤتمر عظيم يجتمع المسلمون من كل أقطار الأرض.

3- التلبية والتكبير:نداء بشعارات تحمس المسلمين، وفي تكرارها أسلوب إعلامي لتثبيت معاني التوحيد والطاعة لله تعالى.

1وأذن :ناد في الناس أن حجوا البيت .

2رجالا :مشاة على أرجلهم . وعلى كل ضامر.

3وعلى كل ضامر :ركبانا على ضوامر الإبل، وهي المهاريل .

4فج :مكان ومسلك، وأصل الفج(الطريق الواسع).عميق :بعيد.

5محمود كرم سليمان : التخطيط الإعلامي في ضوء اللعلامي في صوء الإسلام،دار الوفاء للطباعة والنشر والتوريع،المنصورة، ط1409،1ه-1988م،ص127-ص128

4- رمي الجمرات: أسلوب إعلامي فعال لتثبيت معاني محاربة الشيطان

5- السعي بين الصفا والمروة: وهو عمل إعلامي رائع يحقق غاية كبرى يزداد بها المسلمون تعلقا بدينهم والتمسك به.

إن للحج الأثر العميق التي يزداد بها المسلمون تعلقا بالرسول -صلى الله عليه وسلم - وتقييدا به، فالحج يعتبر من أكبر وسائل الإعلام الإسلامي فهو ركن هام من أركان الإسلام ويمكن للمسلمين أن يتخذوا هذه الوسيلة الإعلامية مؤتمرا إسلاميا يعرضون فيه آرائهم وأفكارهم وقضاياهم. فهل للحج منافع أخرى غير العبادة ؟

مما لا شك فيه أن التجمعات السليمة في كل زمان ومكان لا تخلو من الفوائد التي تعود بالخير على الإنسان، فمن هذه الفوائد التجارة وتبادل السلع المادية، ومن هذه الفوائد أيضاً الإعلام وتبادل السلع الإخباريةوالمود الروحية. فما الحج الإ سوقاً كبيراً من الأسواق المشهورة في الأمم القديمة والحديثة، فلم تكن هذه الأسواق مقصورة على البضاعة التجارية دون البضاعة المعنوية [1]

على المسلمين أن يغتنموا هذه العبادة واستغلالها استغلالا سليما، والاستفادة منها، بحيث أنها الفرصة التي تتاح لهم في الحج لينتفعوا بهذه الوسيلة الإعلامية القوية ولعل ذلك ما أراده الله تعالى بقوله " ليشهدوا منافع لهم " صدق الله العظيم.

• **سـوق عكـاظ:**

إن السواق عند العرب لم تكن مراكز للمبادلات التجارية فقط، ولكنها كانت معرضا للبضائع الفكرية الأدبية إلى جانب أنها معرض للبضائع المادية أو التجارية.

ففيها كانت تعلن القبيلة الحرب على قبيلة أخرى، وفيها كان يحدث التعارف بين الناس، وفيها كان الشعراء من كل قبيلة شاعر تختاره القبيلة ليعرض شعره على الناس

1الدكتور عبد اللطيف حمزة :الإعلام، دار الفكر العربي، ط1، 1978، ص88-ص89. .(بتصرف) .

ليتم نقده، كالنابغة وغيره، ومن هذه الأسواق، سوق عكاظ، التي هي في نظر التاريخ أعظم أسواق العرب في الجاهلية،

" فعكاظ هي المعرض العربي العام أيام الجاهلية. فهو مجمع أدبي لغوي رسمي، له محكمون تضرب عليهم القباب، فيعرض شعراء كل قبيلة عليهم شعرهم وأدبهم، وما استجدوه فهو الجيد وما يهجروه فهو الزائف.

وهي معرض لكثير من عادات العرب وأحوالهم الاجتماعية، فهنا قس بن ساعدة يخطب في الناس ويذكر الخالق ويأمرهم بفعل الخير. وهنا ندوة سياسية عامة تطرح

فيها أمور كثيرة من القبائل. فمن أراد إجازة أحد، هتف بذلك في عكاظ حتى يسمع عامة الناس، ومن أراد إعلان الحرب على قوم أعلنه في سوق عكاظ[1].

وكانت هذه السوق تقوم بين العرب يومئذ مقام الرسمية في أيامنا هذه، فمن عملا شائنا، غير محمود، وخرج عن عادة العرب شهروا به في عكاظ، فعرفوه فاجتنبوه.

وكثير من قبائل العرب تقيم في عكاظ، فهم يتفاخرون ويتنافرون ويتعاظمون، فلم يكن للعرب سوق عكاظ.

وعكاظ تقع بين مكة والطائف، وتقام هذه السوق في ذي القعدة، وتنزله قريش وهوازن وغطفان وخزاعة والأحابيش وطوائف من العراق والبحرين واليمامة وعمان واليمن وسائر أطراف الجزيرة. وليس فيها مكس ولا أعشار؛لأنها لا تتبع أحدا من الأمراء. وقف رسول الله بعد مبعثه بثلاث سنوات في عكاظ يدعو الناس إلى الخير والهدى والإيمان، فتملكه حزن عميق على قومه الذين كفروا بالله، فعزم أن يأتي كل قبيلة بمنزلها وكل جماعة في حيهم، يعرض عليهم هذا الدين[2].

1الدكتور عبد اللطيف حمرة :الإعلام، دار الفكر العربي، ط1، 1978، ص30-ص31 .(بتصرف) .

[2]الدكتور عبد اللطيف حمزة :الإعلام، دار الفكر العربي، ط1، 1978، ص31 ص32 .(بتصرف) .

نستنتج أن للاتصال والإعلام ميادين كثيرة في البيئات القديمة، فقد عـرف الإنـسان كـل مـن الإعـلام والدعاية.ولكن بصور مختلفة ووسائل إعلامية تناسب بيئتها ومكـان نـشأتها، فاسـتطعنا أن نـدرك حقيقـة تأثير أسواق العرب ووسائل دعوتها وأهميتها كوسيلة من وسائل الإعلام القديمة.

وتظل المصادر الأساسية في الإسلام مهيمنة على كل نظريـة توصـف بأنهـا "إسـلامية " في أي ميـدان من ميادين المعرفة.

والمصادر في الوقت نفسه يمكن أن تكون صادقة ورأيها ملزم في مدى سلامة وصحة البنـاء النظـري ومدى مطابقة الواقع العملي للبناء النظري السليم، وسوف يتم علاج وتحليل النظرة الإسلامية للإعلام مـن خلال أمرين هما:

1- خصائص النظرة الإسلامية أي خصائص الإعلام الإسلامي،

2- أهداف الإعلام الإسلامية.

فمن الخصائص التي يقسم بها الإعلام الإسلامي أولا الصدق.

فالصدق سمة من سمات القرآن في الرسالة والدعوة الإسلامية، كما أنها سمة رسولنا الكريم محمد- صلى اللـه عليه وسلّم - رسولا وداعية، وسمة المجتمع الإسلامي الأمين الحريص على الدعوة الإسلامية.

فالقرآن كتاب الدعوة جاء من الحق بالحق، فهي تنهى عن الكذب والخداع، كما أن الرسول - صلى اللـه عليه وسلّم - أرسل للناس كافة بالحق مصدقا لما بـين يديـه مـن سـابق الرسـالات الأخـرى. فالإسـلام مذهبية ملزمة ومنهج حياة متكامل ونظرته الإعلامية تتوخى الصدق وتتحرى الحق سواء في الأخبـار أو في السلوك وحتى في النوايا فلابد من إخلاص النية لسلامة العمل

والصدق كإحدى قسمات النظرة الإسلامية للإعلام، لابد من الالتزام بـه في مـواطن كثـيرة:1- صـدق الخبر2- صدق الكلمة.3- صدق الحكم[1].

والإعلام في النص القرآني، لطالما رد على أكاذيب المنافقين وكشف الحقائق وقطع ألسنة الشائعات. فالإعلامي المسلم عليه أن يميز بين الوقائع والشائعات، وأن يحلـل ويفهـم ويتـابع كـل شيء، فيجـب عليـه تسجيل الوقائع بكل أمانة دون تحيز.

ولكل نوع من معاني الصدق تحمل معنى خاص بها، يختلف به عن المعنى الآخر، فللصدق مواطن عديدة قد يصدق فيها وقد يشاع فيها الأكاذيب والإشاعات، فلكـل مجـال مـن الـصدق يوضـع معنـاه مـن حلال مفهومه فمنها:

1- صدق الخبر هو أمر هام في ثقة الناس وكسبها، أي أن الخبر المـذاع ملتـزم بالواقعـة، فـلا يغـير مـن الحقيقة شيء.

2- صدق الكلمة:فالكلمة الصادقة هي التي تنقل معلوماتها بغير تقصير، وبغير دلالات توحي بأهداف خبيثة، فيجب أن يكون اختيارها مراعي فيه الأسلوب الإسلامي في الدعوة والإعلام، وهو بعيـد عـن اللفظة الرخيصة واللغة الحادة المبتذلة.

3- صدق الحكم: إذا كان الخبر صادقاً والكلمة أيـضاً، فلابـد للحكـم أن يكـون صـادقاً، فـالحكم يعنـي اتخاذ موقف من الخبر رفـضاً أو قبـولاً، فعـلى الإعلامـي المـسلم أن يتـوخى في التفـسير الـصحيح للوقائع بغير هوى، وعرض الوقائع بدقة[2].

---

1 1محمد كمال الدين إمام : النظرة الإسلامية للإعلام، دار البحوث العلمية، الكويت، ط1، 1401ه-1981م، ص127(بتـصرف)

2 محمـد كـمال الـدين إمـام . النظـرة الإسـلامية للإعـلام، دار البحـوث العلميـة، الكويـت، ط1، 1401ه-1981م، ص127 ص132(بتصرف) .

والدعوة إلى الصدق والقول السديد في الإعلام الإسلام، وذلك تفادياً لما يترتب على ذلك من أضرار جسيمة، كأضرار اجتماعية وعقلية في عملية الاتصال، وذلك لأنه قد يؤدي إلى التفكير الأعوج والمخاطبة غير السليمة في المجتمعات الإسلامية.

وقد قضى الإعلام بعدم الخضوع للواقع المعوج، أو الأهواء المنحرفة، وإنما يدل ذلك على أن الشريعة جاءت لإخراج المكلفين من دواعي أهوائهم وملذاتهم والذين يسيرون حسب منافعهم ومقاصدهم.

وهذا هو الواقع الذي يختص به الإعلام الإسلامي، فالواقية تعني بأنها لا تستقر أحكامها ولا تضبط قواعدها إلا بملاحظة المصالح المطلقة وهي بعيدة عن الأغراض والأهواء.

وخصيصة الواقعية في الإعلام الإسلامي، هي إحدى الخصائص العامة للإسلام، أو إحدى خصائص الفقه الإسلامي الذي تنتمي إليه النظرة الإسلامية في الإعلام

ورؤية الواقع من المنظور الإسلامي، هي مدخل رجل الإعلام في الإعلام الإسلامي، وذلك لكي ينير الواقع ويقوم بتغييره، ليتطابق المجتمع في واقعة مع الإسلام ومذهبيته ولوسائل الإعلام تأثير على فكر الإنسان الحديث، فينبغي التحذير من سوء استعمالها، لأن ذلك يشكل خطرا على مستقبل البشرية.[1]

ومن هنا نستنتج أن الإعلام يبتعد عن الإثارة، فهو يؤثر لا يثير، فعين"الكاميرا"تطوف في آفاق الدنيا للتعبير عن قدرة الله وآثارها في الكون، ولكنا لا تثير الشهوات بالصور الخليعة وغيرها من المشاهد أو المسامع الغير المرغوب بها.

---

1 1محمد كمال الدين إمام : النظرة الإسلامية للإعلام، دار البحوث العلمية، الكويت، ط1، 1401ه-1981م، ص134 ص139 (بتصرف).

لقد كان الإسلام في عصر الرسول-صلى الـلـه عليه وسلم- يواجه تحديات من لون خاص، فقـد كـان يستخدم الوسائل المتاحة له، فكانت الكعبة تستقبل كل عام مؤتمرا إسلاميا ضـخما، فكـان الرسـول يترقـب الوفود من كل الطرق التي يدخلون منها وكان يبث فيهم الرسالة.

وهذه المؤتمرات سواء كانت صغيرة أو مكبرة، فقد كانت تتسم بالقواعد الأساسية في الإعـلام فتبـدأ بالاتصال، ثم عرض الدعوة والإعلام بها ومن ثم الحوار الذي يؤدي إلى سبل الإقناع وهذا ما يسمى بالمرونة في الإسلام.

المرونة هي الخصيصة الثالثة للنظرة الإسلامية للإعلام، فهي مستمرة وقادرة على مواجهة التطورات سواء في كيفية المواجهة أو في وسائلها.

كما أنها قادرة على مواكبة الوقائع المتغيرة المتجددة بحيث تجد لكل واقعة حكما. وتتسم المرونـة بالاستمرارية والثبات في أصولها، بينما ليس هناك جمود على رأي أو موقف، فالحية تتطلب تجديد الأفكار وتنويع المواقف.[1]

وهذا الأمر يفرض على كليات الدعوة الإسلامية ومعاهـد الدراسـات العلياللـدعوة واقـسام الإعـلام الإسلامي في الجامعات التي تعني عناية خاصة بتربية كوادر إعلامية على مستوى عال من الكفاءة العلميـة والنفسية لتعمل في مراكز الدعوة والإعلام في الداخل والخارج.

فالمرونة هي سمة النظرة الإسلامية في الإعلام التي توظف كل الإمكانـات لمتاحـة لتحويـل وسـائل الإعلام إلى أجهزة للدعوة إلى الإسلام.

---

1 1محمد كمال الدين إمام : النظرة الإسلامية للإعلام، دار البحـوث العلميـة، الكويـت، ط1، 1401ه-1981م، ص140 ص141 (بتصرف) .

النظرة الشمولية في الإعلام تعني الإهتمام بالمضمون وبالشكل ولا داعي في التفكير في مدى صلاحية التطورات العلمية في ميدان الوسائل لأبلاغ الدعوة الإسلامية، وإنما اختلال طبيعة المجتمعات التي يمارسون فيها دعوتهم والقوى التي تتعرض لهم متباينة ومختلفة، وإن وسائل الدعوة للأفكار والنظريات وغيرها قد تطورت فجعلت تطورها أداء استيلاء على النفوس والعقول ووسيلة مؤثرة على حياة الأفراد والجماعات في هذه المجتمعات.

والشمولية في النظرة الإسلامية للإعلام لا تعني فقط هدا الامتداد في المكان ليستوعب الدنيا كلها، وهذا الامتداد في الزمان ليحتوي البشرية في كل أجيالها، بل هو أيضا منهج شمولي تتعدد زوايا الرؤية فيه لتشمل الإنسان في حياته العقلية وحياته الوجدانية وحياته الجسدية.

ومن هنا كانت النظرة الصحيحة إلى الإعلام الإسلامي لا تحصره في المعلومة الدينية التي تقدم من وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، تلك نظرة ضيقة تعزل الدين عن الحياة. والإعلام الإسلامي منهج متكامل مبسط على كل مادة إعلامية توجهها الأجهزة الإعلامية كرسائل إلى الجماهير[1].

و الحق أن سمة الشمولية تلقى هدفها وظلالها على العمل الإسلامي في الميدان الإعلامي سواء كان إعلاما في الداخل في أي مجتمع إسلامي، أو كان الإعلام في الخارج أي يتجه بالدعوة الإسلامية إلى العالم الخارجي.

إن أهداف النظام الإعلامي الإسلامي تحكمها مذهبيته وتفرضها وظائفه، فللإعلام الإسلامي أهداف يمكن تركيزها في أمرين هما:

---

1 امحمد كمال الدين إمام : النظرة الإسلامية للإعلام، دار البحوث العلمية، الكويت، ط1، 1401ه-1981م، ص144 (بتصرف).

الأمر الأول: تدعيم الإسلام وتثبيته.

الأمر الثاني: تعميم الإسلام.

ولكل من هذين الهدفين أهداف جزئية كثيرة تتفرع منها، ولكل هدف منها نظامه ونطاقه ودليله للعمل.[1]

طالما كان الإعلام الإسلامي يرتبط بمذهبيته ويعمل في داخلها، فإن أهدافه تأتي من أعلى أي غايات المذهبية وتتفرع أهداف أخرى من الهدفين الرئيسين هي:

تدعيم الإسلام:

1. نشر حقيقة الإسلام بين المسلمين.
2. التخفيف عن حدة الصراعات المذهبية.
3. التأكيد على العلاقة الوثيقة بين الإسلام وبين التربية والتعليم والإعلام.
4. مواكبة ومسايرة الواقع بكل المتغيرات التي تجري فيه والعمل على تقديم البدائل الإسلامية، حتى لا يتم اللجوء إلى استيراد الحلول وتجريب التطبيقات المستوردة[2]

التعميم الإسلامي وهو الهدف الاستراتيجي الثاني وهو أيضا يتفرع منه عدة أهداف، لها نطاقها ودليلها للعمل

وهي: الاهتمام بكليات الدعوة الإسلامية في العالم الإسلامي والاهتمام بها، بوضع منهجية متكاملة وبرامج للإعلام الإسلامي.

---

1 1محمد كمال الدين إمام : النظرة الإسلامية للإعلام، دار البحوث العلمية، الكويت، ط1، 1401ه-1981م، ص164 (بتصرف).

[2]محمد كمال الدين إمام : النظرة الإسلامية للإعلام، دار البحوث العلمية، الكويت، ط1، 1401ه-1981م، ص165 (بتصرف) .

1- إنشاء جهاز قوي ماديا وبشريا ليشرف على المراكز الإسلامية في الخارج وتزويدها بكل ما تحتاج إليه من أجهزة وكتب ودعاة على أحدث مستوى

2- حماية الجاليات والجماعات الإسلامية في الخارج في الدول الأجنبية،وذلك نتيجة الجهل أوالضغوط

3- التي يتعرضون لها من قبل الدول التي لا تدين بالدين الإسلامي[1].

إن هذه الأهداف وهي أهداف الإعلام الإسلامي لا تقع تحت حصر وإنما كل ما يؤدي إلى الخير العام للإنسانية وهو أحد أهداف هذا الإعلام.

---

1 محمد كمال الدين إمام : النظرة الإسلامية للإعلام، دار البحوث العلمية، الكويت، ط1، 1401ه-1981م، ص165 (بتصرف)

الفصل الثالث

الإعلام والتوعية الدينية



الفصل الثالث

الإعلام والتوعية الدينية

أولاً: وظائف الاتصال في مجال التوعيـــة

المبحث الأول: الاتصال

تعريفه ومفهومه:

ظهرت تعريفات عديدة لمفهوم الاتصال من قبل الباحثين والمتخصصين في علوم الأعلام والاتصال عكست معظمها أهميته ودوره في الحياة الإنسانية مع بيان المكونات والعناصر الأساسية لعملية الاتصال من التعريفات على سبيل المثال لا الحصر: -

* **الاتصال:** - هو العملية التي تنقل بها الرسالة من مصدر معين إلى مصدر واحد أو اكثر بهدف تغيير السلوك.

* الاتصال هو العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص لاخر حتى تصبح مشاعاً بينها وتؤدى إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو اكثر. وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات واتجاهات تسير فيه، وهدف تسعى إلى تحقيقه، ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها.

* الاتصال هو استعمال اللغة والإشارات ونقل المعلومات والمعاني للتأثير على السلوك.

* تعريف الباحث: كار وزملائه: الاتصال بأنه جميع العمليات المخططة التي يستطيع من خلالها فرد ما أن يؤثر على سلوك الآخرين [1]

* ويصف ((ولبر شرام))البشر بأنهم حيوانات اتصالية وهذا هو ما يميزهم عن سائر المخلوقات الأخرى حيث يسود الاتصال حياتهم ويتخلل كل نشاطهم الذي يربط حواس الإنسان بالعالم المحيط به وهو أهم المهارات التي يتميز بها البشر والإنسان لابد أن يمارس الاتصال لكي يظل مرتبطاً بالحياة من حوله لان حياته عبارة عن شبكة من العلاقات التي تقوم أساساً على الاتصال الذي هو شريان الحياة بالنسبة له وهو أشبه بالدم لا يستطيع جسم الإنسان البقاء والاستمرار بدونه[2]

ومن هذه التعريفات توصلت الباحثة إلى تعريف الاتصال واستخلاصه من جملة هذه التعريفات بأنه التواصل بين الناس عن طريق نقل المعلومات من مصدر معين إلى فرد أو أفراد بهدف التفاهم بين المرسل وجمهور المستقبلين ويهدف الاتصال أيضاً إلى الإقناع والتسلية والتوعية والإرشاد والأخبار.

أهمية الاتصال

يمكن النظر إلى أهمية الاتصال من وجهة نظر المرسل ومن وجهة نظر المستقبل.

فمن وجهة نظر المرسل تتمثل أهمية الاتصال فيما يلي:

(1) **الإعلام:** أي نقل المعلومات والأفكار إلى المستقبل أو جمهور المستقبلين وأعلامهم عما يدور حولهم من إحداث.

---

(1) د. شاهيناز محمد طلعت – وسائل الأعلام والتنمية الاجتماعية دراسات نظرية مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي – مكتبة الانجلو المصرية 2003م القاهرة . ص 48

(2) محي الدين عبد الحليم – الدعوة الإسلامية والأعلام الدولي – دار الفكر العربي الطبعة الثانية 1990م القاهرة ص 14

(2) **التعليم:** أي تدريب وتطوير أفراد المجتمع عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم للقيام بوظيفة معينة، وتطوير إمكانياتهم العملية وفق ما تتطلبه ظروفهم الوظيفية.

(3) **الترفيه:** وذلك بالترويح عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم.

(4) **الإقناع:** أي أحداث تحولات من وجهات نظر الآخرين.

(5) التوعية والتبصير بكافة القضايا والمطلوبات التي يحتاجها الفرد أو المجتمع سواء في الجوانب العملية أو الاقتصادية أو الاجتماعية بما في ذلك قواعد السلوك والممارسة لحياتية.

أما من وجهة نظر المستقبل تظهر أهمية الاتصال فيما يلي:

(1) إشباع الميل للمعرفة وحب الاستطلاع والتعرف على المستجدات العلمية والفكرية في المجتمع.

(2) تحقيق الشعور بالمشاركة والتعامل مع أفراد المجتمع المحيط به ومن ثم الشعور بالكيان والمكانة.

(3) إتاحة فرص المشاركة العملية والاستفادة من المستجدات في كافة المجالات الإنسانية والنهضة من خلال رأى عام مشترك.

(4) تنمية مصادر المعرفة والمعلومات بما يتيح للفرد القدرة على عطاء أوسع واكتساب خبرات متجددة.

وقد تناول بعض المختصين الحديث حول حق المستقبل في العملية الاتصالية بما أمكن الوصول معه إلى الحقائق التالية:

(1)أن تصل الرسالة إلى كل الناس سواء سعوا إلى استقبالها أو لم يسعوا، فمن حقهم أن تصلهم الرسالة الإعلامية بالوسيلة المثلى المناسبة لكل منهم ودليل ذلك قوله

تعالى "يأيها الرسول بلغ ما انزل إليك من ربك وإن لم تفعل فما بلغت رسالتك والله يعصمك من الناس " *

(2) أن يناقش المستقبل المرسل وينقده ويراجعه فيما يقول أو يرسل بالوسائل التي يستطيعها. [1]

وحتى تتحقق أهمية الاتصال فانه لابد من توفير أجهزة الاستقبال لدى الجمهور باعتبار ان ذلك من حقوقهم المشروعة دون تمييز بينهم حتى يتساوى الجميع في الاستفادة من وسائل الإعلام المختلفة.

عناصر الاتصال

يتفق كثير من المختصين على إن عناصر الاتصال هي أركان العملية الإعلامية – وهى:

(المرسل أو المصدر) – الرسالة – الوسيلة – المستقبل أو المتلقي – المضمون – رد الفعل، هذه العناصر متممة لبعضها البعض في العملية الاتصالية:

(1) المصدر "المرسل":

قد يكون المصدر فرداً أو مؤسسة أو فريق عمل أو تنظيماً سياسياً أو نقابياً، ويذهب بعض الباحثين إلى التمييز بين مصدر رسمي يقوم بالعمل الإعلامي كوظيفة أو مصدر رزق وبين مصدر غير رسمي يقوم بالعمل الإعلامي بطريقة عفوية.

سورة المائدة الاية رقم (67)

(1) د. عمارة نجيب – الاعلام في ضوء الاسلام – مكتبة المعارف – 1400 هـ - الرياض- ص 160

شروط المرسل:

1- أن يكون المرسل ملماً برسالته عارفاً كيفية تصميمها بطريقة تجذب انتباه المستقبل وتساعده على إدراكها حتى يضمن بهذا نجاح عملية الاتصال.

2- أن يصوغ المرسل رسالته صياغة تناسب المستقبل فلا يستعمل إلا الوسائل والرموز التي يفهمها المستقبل[1]

(2) الرسالة:

جملة المعلومات أو الأفكار أو المعاني والتصورات التي يريد المصدر نقلها إلى المستقبل لان المعاني نسبية تتسم بنوع من الذاتية لذلك فإننا نؤكد ما أراده أساتذة الأعلام لان المعاني في الناس الرسالة. وفي أثناء تدفق الرسالة خلال شبكات عديدة من الاتصال تتعرض الرسالة لمن يسميهم بعض العلماء حراس البوابات فيقومون بنقلها كما هي أحياناً وبحذفها أحياناً أخرى أو يغيرون فيها، وقد تتعرض الرسالة إلى إضافات لم تكن فيها.

شروط نجاح الرسالة:

1- ينبغي أن تصمم الرسالة بحيث تجذب انتباه المستقبل لان من الصعب نجاح عملية الاتصال إذا كان المستقبل غير منتبه إلى الرسالة.

2- أن تثير الرسالة في المستقبل شعوراً بحاجته إلى موضوع الرسالة وان نقترح طرقاً لسد هذه الحاجة بحيث تناسب هذه الطرق الظروف المحيطة به، فقد تصمم الرسالة لتثير في نفس المستقبل شعوراً بحاجته إلى تغيير عادة التدخين وذلك بأشعاره

---

(1) د. فتح الباب عبد الحليم، د. إبراهيم حفظ الله – وسائل التعليم والأعلام – عالم الكتب القاهرة ص ص 105 – 106

بخطورة الإفراط في التدخين، ولكنه لا ينبغي أن يترك المرسل المستقبل عند هذا الحد بل يقدم له طرقاً تتبعها ليستطيع أن يمتنع عن هذه لعادة.

(3) الوسيلة:

وقد يطلق عليها أحياناً اسم القناه فإنها تقوم بنقل الرموز التي تحويها الرسالة إلى المستقبل أي الجمهور [1]

من شروط نجاح الوسيلة:

رسائل الاتصال متعددة ومتنوعة (الرمز - الشكل النغة المنطوقة، اللغة المكتوبة رسائل غير لفظية.. الخ) لكل هذه الرسائل مزاياها وعيوبها، وعلى ذلك كلما توفر عدد من الرسائل أمام المرسل ازدادت الفرصة أمامه لاستخدام الوسيلة المناسبة لرسالته التي تتناسب مع الهدف المقصود وصياغة الرسالة ومع طبيعة المستقبل وخصائصه لذلك فأن التنوع في استخدام الوسائل المختلفة يزيد من فرص مقابلة الفروق الفردية بين الأفراد المستقبلين وهذا بدوره يساعد على إنجاح العملية الاتصالية(2)

(4) المستقبل (أو المتلقي)

وهو هدف عملية الأعلام برمته وهو لب القصيد في أطراف العمل الإعلامي، وعلى المستقبل تحرى الدراسات والبحوث لمعرفة تأثير العملية الإعلامية في معلوماته واتجاهاته وسلوكه.

---

(1) د محمد سيد محمد - المسئولية الإعلامية في الإسلام - دار الرفاعي الطبعة الأولى 1983م ص ص26 - 27

(2) د. منال طلعت محمود - مدخل إلى علم الاتصال - المكتب الجامعي الحديث - 2002 الإسكندرية - ص 85.

شروط نجاح المستقبل:

لضمان انتباه المستقبل إلى رسالته يراعى الآتي:

1- مدى حاجة المستقبل إلى موضوع الرسالة فالتحدث في مكافحة دودة القطن مع الفلاحين اكثر جذباً لانتباههم من حديث عن تأثير الموسيقى الشعبية بالموسيقى الغربية.

2- صياغة الرسالة بحيث تحتوى على مثيرات تضمن استمرار انتباه المستقبل وتشوقه لمتابعة الرسالة.

3- اختيار المكان المناسب لاستقبال الرسالة.

4- اختيار الوقت المناسب لاستقبال الرسالة، فبدء دخول الصيف انسب وقت للتحدث مع الأمهات عن خطر إصابة الطفل بالإسهال الصيفي وطرق علاجه

(5) المضمون:

هو مادة الرسالة الإعلامية التي اختدرها المصدر للتعبير عن أهدافه من خلال العبارات التي تقال والمعلومات التي تقدم والاستنتاجات التي يخرج بها المتلقي والأحكام التي يقترحها[1].

(6) رد الفعل:

هو دليل استجابة المستقبل للرسالة وهو في نفس الوقت رسالة ثانية للمصدر[2] يسمى إيجابياً إذا تحقق التأثير المقصود ويسمى سلبياً إذا لم يتحقق التأثير ومن ثم يبحث المصدر في تعديل رسالته إذا أراد أن يحقق التأثير المطلوب.

---

(1) د. جهان رشتي / الأسس العلمية لنظريات الإعلام – دار الفكر العربي – مصر 1978م –ص151.

(2)د. محمد سيد محمد – المسئولية الإعلامية في الإسلام مرجع سابق ص 27.

المبحث الثاني: مفهوم الإعلام

الإعلام من حيث اللغة: مشتق من فعل "أعلم" الرباعي الماضي والمضارع منه "يعلم" والمصدر إعلاماً ومعنى اعلم قام بالتعريف والأخبار لغيره والثلاثي منه (علم) أي عرف وخبر وقال صاحب لسان العرب "لا يجوز ان تقول علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته وفي التنزيل "آخرين من دونهم لا تعلمونهم الله يعلمهم""[1]

أما صاحب القاموس المحيط علم، علم فقال علمه كسمعة علماً الكسر عرفه وعلم وهو في نفسه ورجل عالم وعليم وحمعها علماء وعلام كحهال وعلمه العلم تعليماً وعلاماً ككذاب واعلمه إياه فتعلمه)[2]

الإعلام اصطلاحاً:

لقد اتسع مفهوم الإعلام في عصرنا الحاضر ولم يعد قاصراً على الأخبار السريع فحسب بل توسع واصبح علماً قائماً بذاته وتنوعت تعريفاته.

* يقول د. إبراهيم إمام: (الإعلام هو تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق الثابتة والسليمة التي تساعدهم على تكوين رأى عام صائب في واقعة من

---

(1) جمال الدين أبو الفضل – محمدين مكرم على- لسان العرب / مادة علم – المجلد الثاني – طبعة لسان العرب بيروت ص 871.

(2) مجد الدين محمد بن يعقوب / القاموس المحيط الجزء الرابع فصل العين، باب الميم – الطبعة الثانية – المؤسسة العربية للطباعة والنشر / بيروت ص 155.

الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم(1).

* وجاء في قاموس أكسفورد وكاسل ((الإعلام هو الأخبار وهو التبليغ أو هو الإنباء وكلها كلمات مترادفة تعنى انتقال معلومة بين الأفراد أو بواسطة فرد أو جماعة بحيث تنشر بينهم فتصبح لهم لغة للتفاهم وإصطلاحاً للتعامل ووسيلة للمشاركة)) وهذا التعريف يوضح أن الإعلام يركز على الزيوع والانتشار وهذا أمر في غاية الأهمية(2)

* ويرى العلامة الألماني أتوجرت إن الأعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت (3)

ومما تقدم من تعريفات للإعلام فإن الباحثة تدعم التعريفات السابقة باعتبارها مكملة لبعضها البعض.

فالإعلام ضرورة بشرية وإنسانية لان النفس الإنسانية جبلت على التواصل وقد ظهرت أدوات إعلامية للتعبير عن عقلية الجماهير وميولها، كما أشار د. إبراهيم إمام في قوله بأن الإعلام هو التعبير عن عقلية الجماهير وميولها الأمر الذي يجعل الإنسان يخرج عن العزلة التي كان يعيشها ويتبادل المعلومات التي تجعله يكون رأياً صائباً.

والإعلام أيضاً يبلور القيم بإظهار الحقائق للناس مما تعرض من أخبار ومعلومات وروايات وغيرها، فالعالم اليوم بحاجة إلى الصوت الإعلامي الواعي الذي يقدم النصح

---

(1) د. إبراهيم إمام – أصول الأعلام الإسلامي – دار الفكر العربي بدون – القاهرة ص 14.

(2)محمد موفق العلايين / وسائل الأعلام و أثرها في وحدة الأمة/ دار المنارة للنشر والتوزيع بدون 1985م جدة ص40.

(3) د. عبد اللطيف حمزة – الإعلام له تاريخه ومذاهبه – دار الفكر العربي – الطبعة الأولى – 1965م القاهرة ص 23.

والإرشاد للجميع في مختلف مجالات الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وغيرها من ضروب الحياة.

وبالإعلام يكتسب الناس المهارات الجديدة التي تؤهل الفرد للوصول إلى أعلى درجات العلم.

ومن هذا المنطلق لابد للباحثة من توضيح الجانب القيمي لمضامين الإعلام الإسلامية لان الإعلام هو السفير والمعبر عن الرسالة الإسلامية ويحمل المثل العليا إلى العالم ليدلل على صدقها ويثير الاقتداء بها بمختلف الوسائل، ويحاول أن يفيد من كل التقنيات الإعلامية الحديثة ويضبط مضامينها بالقيم الإسلامية ويحسن توظيفها لخير البشرية وإلحاق الرحمة بالعالمين[1] استجابة لقوله تعالى: "وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين"

والإعلام المعاصر تشوبه بعض الشوائب من الضروري معرفتها وانتقاء الصالح منها وتقويمه وإحلال الصحيح محل الخطأ من منظور إسلامي.

الإعلام الإسلامي:

الإعلام الإسلامي هو الإعلام الموجه لهدف نشر كلمة الدين وإعلانه ومعالجة القضايا الدينية، والعمل على أعداد رأى عام إسلامي يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في جميع تصرفاته.

ويقول د. محمد منير حجاب في تعريف الإعلام الإسلامي بأنه جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل القائم بالاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فرد لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وهيئاته النوعية وأفراده بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع بغرض

---

(1) د. محمد عبد القادر حاتم – الإعلام والدعاية نظريات وتجارب مكتبة ألا نجلو المصرية بدون 1972م القاهرة ص 35.

تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته[1]

ومن هنا نلاحظ أن الإعلام الإسلامي غرضه الأساسي الإبلاغ بغرض الإقناع وهو إعلام مستمر بغرض الدعوة لمئات السنين.

الإعلام الإسلامي عرفة عبد الوهاب كحيل بأنه استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي، يقوم به مسلمون عالمون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة. مستخدمون تلك الوسائل المتعددة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة، والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان، في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد ولإحداث التأثير المطلوب.

الإعلام الإسلامي وخصائصه

الإعلام الإسلامي اصبح ضرورة لازمة في الحياة خصوصاً وقد اشتدت الحاجة إلى الكشف عن معالم الإسلام في نظرته إلى الإعلام في عصرنا الراهن – عصر الإعلام – الحاجة إلى الإعلام الإسلامي انطلق أساساً من إقرارنا بأن الإعلام ليس مجرد علم بل هو في حقيقته- علم ينبع من تصورات فكرية وفلسفية ويتأثر بالقيم والأعراف والتقاليد التي تحيط به في مجتمعه وبيئته. ومن ثم نجد أن النظريات الإعلامية المسيطرة على الساحة الدولية اليوم ليست إلا نظريات تنبع من ملفات ومن أفكار مخصوصة، فالنظرية اللبرالية في الإعلام تنطلق من تراث فكرى علماني غربي يقوم على أساس التصورات التي تحدد

(1) أ. د محمد منير حجاب- الأعلام الإسلامي – المبادئ النظرية والتطبيق – دار الفجر للنشر والتوزيع 2003م القاهرة ص 25

النظرة إلى الإنسان والحياة والغاية من الوجود الإنساني، ووظيفة الإعلام في المجتمع، والنظرة الشيوعية السوفيتية لها فلسفة فكرية تنبع منها ولها التزام أيدلوجي لا تحيد عنه.[1]

والإسلام باعتباره منهج حياة فهو منهج متميز عن غيره لابد أن يكون له فلسفته ونظريته في الإعلام لان الأعلام جزء من منظومة هذا المنهج المتكامل.

خصائص الإعلام الإسلامي (2)

1/ يعتبر كل أفراد المجتمع قائمين بالاتصال ومسئولين عن تبليغ الدعوة كل حسب قدرته وعلمه ومراقبة أي خروج أو انحراف عن القيم الإسلامية.

2/ الإعلام الإسلامي إعلام هادف وموجه لتحقيق هدف واحد هو إعلاء كلمة الله.

3/ الإعلام الإسلامي قائم على الإقناع لا على أساس الإكراه بل من اجل الوصول إلى الإقناع واستغلال كافة الإمكانيات لقوى الخير.

4/ تتسم الرسالة الإسلامية في الإسلام بالثبات.

5/ اعتمد الإعلام الإسلامي نظرية القدوة الحسنة من خلال المتابعة والتربية المستمرة.

6/ اعتمد الإعلام الإسلامي على الأسلوب الموضوعي القائم على التحليل والوضوح.

---

(1)عبد القادر طاش – رؤى على طريق الدعوة – مطابع الفرز دق التجارية – الطبعة الأولى 1987م الرباط ص ص 153 – 154.

(2)أ – د محمد منير حجاب – الإعلام الإسلامي النظرية التطبيق مرجع سابق ص 128.

المبحث الثالث: وظائف الإعلام

إن التقدم الذي أحرزته وسائل الإتصال في العصر الحديث كان له الأثر الواضح في تطور وسائل الإعلام ومن ثم فقد اصبح الإعلام في زمننا الحاضر من المناشط الإنسانية الهامة في تحقيق انتشار المعلومة التي أصبحت تنقل مسموعة ومرئية ومقروءة بما يستحق اهتمام المتخصصين في الدراسات الإعلامية والاتصال بمزيد من الدراسة والمواكبة.

إن أهمية الإعلام ودوره وتأثيره في العصر الحديث يتأكد من خلال وظائفه الأساسية التي تشتمل على الأخبار والتعليم والإرشاد والتوجيه والتثقيف والتسلية المفيدة فإننا يجب أن نبحث عن المصادر المفيدة التي يمكن أن تستمد منها تلك المضمين التي تجعل الإعلام يؤدى رسالته على خير وجه ومن اقرب طريق حتى نكون قد استفدنا من مقترحات العصر الحديث من حيث الوسائل والأساليب مستخدمين المضامين النافعة للبشرية كلها في كل زمان ومكان وفق خطاب هادف راشد [1] قال تعالى: "يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وقولوا قولاً سديدا يصلح لكم أعمالكم ويغفر ذنوبكم ومن يطع الله ورسوله فقد فاز فوزاً عظيماً" [1]

ولما كانت الأمة الإسلامية هي أمة رسالة عامة للإنسانية كلها فان عليها أن تعنى بالإعلام لتبسيط مفاهيم الإسلام والدعوة إلى القيم الأصيلة لتكون منهج للحياة. والدين الإسلامي دين يهتم بنشر وتوضيح حقائق الإسلام وقيمه، والإعلام مدرسة تمتلك فنون

---

(1) د. عبد الوهاب كحيل - الأسس العلمية والتطبيقية للأعلام الإسلامي عالم الكتب الطبعة الأولى 1985م بيروت – ص 68

1سورة الاحزاب الآية رقم (70)

القول والنشر التي تلتزم لوسطية في قوله تعالى: "وكذلك جعلناكم أمة وسطاً لتكونوا شهداء على اناس ويكون الرسول عليكم شهيداً"[2]

والوظيفة الإعلامية من حيث الغرض من الاتصال اللغوي توصيل المعلومات وإبلاغ الحقائق كما يحدث في الاتصال الإعلامي بوسائله المختلفة (1)

الوظيفة الإعلامية هي ما يلقى على أجهزة الإعلام من مهام وواجبات ومسئوليات تشكل في مجموعها نظاماً إعلامياً متكاملاً له منطلقاته وأهدافه وتوجيهاته ووسائله(2)

مع بداية ظهور الإعلام وبرامجه كانت التسلية والترويح في مقدمة الأهداف التي يرمى إليها غير انه مع تطور المجتمعات وتنوع وسائل الاتصال وتقدم الدراسات الاتصالية والإعلامية ظهرت أغراض جديدة للمفهوم الإعلامي لم يعد قاصراً على التسلية والترويح بل تعدى ذلك إلى العديد من الأغراض والأهداف الاجتماعية والإنسانية والفكرية بل إن الترويح والتسلية أيضاً أصبحت تمثل مضامين هادفة وأغراض فكرية وسياسية بل وعقائدية. ولما كان المجتمع المسلم يحمل رسالة ذات مضمون هادف، وأمانة التبليغ من أهم مقومات الإعلامي المسلم فأنه كان لابد من العمل على الاستفادة من الإعلام ووسائله وتوظيفه لخدمة العقيدة الإسلامية.

---

2 سورة البقرة الآية رقم (143).

(1) د. عبد العريز شرف – الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال – دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع 1998م – القاهرة ص 94.

(2)سيد احمد ساداق الشنقيطى – دراسات إعلامية في فكر ابن تيميه دار المسلم للنشر والتوزيع – الطبعة الأولى 1996م – الرياض ص60.

وقد جاء القرآن الكريم مشيراً للعديد من وظائف الإعلام مثل وظيفة الأخبار والتعليم والتوجيه والإرشاد مما يؤكد أهمية الوظيفة الإخبارية كما جاء في قوله تعالى (نبئ عبادي أني أنا الغفور الرحيم) *1

كما جاء ذكر وظيفة التعليم والتزكية في قوله تعالى (ربنا وابعث فيهم رسولاً منهم يتلو عليهم آياتك ويعلمهم الكتاب والحكمة ويزكيهم إنك أنت العزيز الحكيم)2*

إلا أن التقدم العلمي الذي صاحب المسيرة الإنسانية اقتضى أن تعطى أهمية قصوى للوظائف الأخرى التي تخدم الإسلام بجانب وظيفة الأخبار والتعليم الذي يصحبه الإرشاد والتوجيه والتوعية المطلوبة وكانت التسلية مهمة وهى ما تعرف بالترويح، وتأتي الوظيفة التربوية من الأهمية بمكان لتنشئة وتربية الأجيال القادمة التي هي أحوج ما تكون للتربية والتوجيه هذا بجانب العديد من الوظائف التي تدعو إليها التعاون والتآلف وتبليغ الدعوة وبيان الحق ودفع الباطل والفساد ودفع الناس إلى المثل العليا والحفاظ على الأوقات وغيرها من الخصائص التي تحقق الأهداف الدعوية وتحافظ على الهوية الدينية للفرد والمجتمع عن طريق التوعية.

ومما يجدر ذكره في هذا المجال إن الدراسات الإعلامية حتى بداية الأخير من القرن العشرين كانت تركز على وظيفة الإبلاغ التي تنشر الأخبار كوظيفة أساسية للعملية الإعلامية حتى أمكن الوصول بعد ذلك إلى تصنيف شامل لوظائف الأعلام في العصور الحديثة والتي يمكن العرض لها مجملاً فيما يلي:

(1) الوظيفة الإخبارية:

تعتبر الأخبار الوظيفة الأساسية للإعلام منذ أن كان ينادى بها في الطرقات في

---

*1سورة الحجر الآية رقم (49)

*2سورة البقرة الآية رقم (129)

السابق إلى أن تطورت وأصبحت الصحافة المطبوعة وهى لاتزال وظيفة الصحافة الأساسية بجانب وظائف التوجيه والتثقيف والترفيه وأيضاً توجه القارئ بما ينشر مـن أخبـار وموضـوعات خفيفـة، وأخبـار الجـرائم والأخبار ذات العنصر الإنساني والمقالات آلتي يقصد بها الإمتاع والتسلية والصور و لرسوم الهزلية إلى جانب الأخبار والأحداث السياسية والوطنية والقومية.

إن تحديد الرؤية الإسلامية لفلسفة عمل وسائل الإعلام يعتمد على الابتعاد عن كل ما يخالف العقيدة أو ما يلحق الضرر بالمجتمع الإسلامي والعمل على إثبات وتحديد كـل مـا هـو صـالح وهـو مـنهج واضح في القرآن الكريم "قل تعالوا اتلوا ما حرم ربكم عليكم"[1]

والتوظيف الأمثـل للأخبـار لابـد أن يلتـزم الحيـاد والموضـوعية والـصدق والتثبـت في القـول "وإذا جاءهم أمر من الأمن أو الخوف أذاعوا به" [2]

ويعبر د. إبراهيم إمام بأن الأعلام هو تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة، هذه المعلومات هي من صميم الأخبار، والخبر هو العمـود الفقـري في الخدمـة الإعلاميـة ومـع تقـدم التكنولوجيـا وعـصر الأرقـام، أصبحت للأخبار أهمية كبرى لان التقاط الخبر والسبق إليـه ونـشره مـن جـوهر صـناعة الإعـلام المعـاصر، والخبر اليوم أساس المعرفة ويمكن تقديم وظيفة الخبر باعتبارها الأولى لشدة حاجة النـاس إليهـا وارتباطهـا بحركة الحياة عموماً.

---

[1] د. وليم الميرى - الأخبار مصادرها ونشرها – مكتبة ألا نجلو المصرية – الطبعة الأولى 1968م – القاهرة – ص ص 13- 17
سورة الأنعام الآية رقم (151)

[2] سورة النساء الآية رقم (83)

هدى القرآن في الوظيفة الخبرية

جاءت كلمة خبر وأخبار في القرآن الكريم في آيات قليلة (سبع آيات) وردت في سورة النمل قوله تعالى "أني آنست ناراً لعلي آتيكم منها بخبر"[1] وفي سورة التوبة "قد نبأنا الله من أخباركم"[2] غير انه معظم ما ورد في كتاب الله في لفظ (النبأ) والتي جاءت صريحة في اكثر من (15) آية ومشتقة في اكثر من (165)آية [(1)]

وجاء الخبر أو النبأ في القرآن الكريم وفق مهمته الأساسية، اشترطها الحق سبحانه وتعالى على كل من المرسل والمستقبل والتي يمكن الإشارة إلى بعضها فيما يلي: -

أولاً: ضرورة التثبت من الخبر ومصدره عند سماعه لقوله تعالى (يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا ان تصيبوا قوماً بجهالة فتصبحوا على مافعلتم نادمين)[3]

ثانياً: البناء على اليقين دون الأخذ بالظن أو الاعتماد على التجسس وتتبع عورات الآخرين "يا أيها الذين آمنوا اجتنبوا كثيراً من الظن إن بعض الظن إثم"[4]

فالتثبت أو التبين هو الأصل الذي يبنى عليه نقل الخبر والتأني ثم التحري في صحة النقل دليل الكياسة والفطنة وكمال العقل فإن (اصل العقل التثبت)[(2)].

---

[1] سورة النمل الآية رقم (7)

[2] سورة التوبة الآية رقم(94)

(1)المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الكريم 00001981م ص 236 مادة نبأ. - محمد عبد الباقي دار الفكر

[3] سورة الحجرات الآية رقم (6)

[4] سورة الحجرات الآية رقم (12)

(2) حمد بن عبد الرحمن الصوبان / نحو منهج شرعي في تلقى الأخبار وروايتها - دار السليم للنشر والتوريع ط3 1421هـ /2000م ص 41.

أن يكون صدر المسلم سليماً من الحقد على إخوانه المسلمين حتى تعمر قلبه بالأمن والطمأنينة والرافة وتدفعه إلى العمل والإنتاج بعيداً عن الأهواء والأحقاد(1)

التوعية بالخبر القرآني

جاء الخبر في القرآن الكريم لعدة مقاصد منها يقصد التوعية والتوجيه والتبصير بأمور حياتية مختلفة كما كان الأمر من أبرار خيار الأمم والممالك السابقة بما يحمل الناس على التوعية والتفكر واخذ الموعظة على سبيل المثال، وحث القرآن على الأنفاق والصدقة وإيتاء الزكاة في كثير من آياته وجاءت أخبار أصحاب الجنة في سورة القلم.

(2) وظيفة الإرشاد والتوجيه ((التعليم))

التعليم هو أساس التوجيه والإرشاد ولقد درجت كثير من الدول تسمية وزارة التعليم والتوجيه لما لها من وجه شبه في خدمة الإرشاد والتثقيف وهذه الوظيفة من صميم وظائف الأعلام وأهمها على وجه الخصوص، والتعليم هو التزويد بالمهارات العلمية وزيادة المعلومات وتوسيع الآفاق لفتح دروب جديدة في علوم الدين والسياسة والاقتصاد.

والأعلام يعمل على إكساب الاتجاهات الجديدة عن طريق وسائله المختلفة ويهدف إلي تعديل الاتجاهات الجديدة عن طريق حسن اختيار المادة الإعلامية وملائمتها للجمهور المستقبل وتقديمها له في ظروف مناسبة.

"لاتقتصر وظيفة الوسائل الإعلامية من حيث التوجيه على إكساب اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة بل تعمل أيضاً على تثبيت الاتجاهات التقليدية المرغوبة

---

(1) المرجع السابق ص 65

وعن طريق التعليم يتم التثقيف بزيادة المعرفة والتثقيف للفرد إما أن يكون عارضاً أو مقصوداً[1]

وقد اهتمت الهيئات التعليمية والاجتماعية باستخدام عدة وسائل لتحسين مستوى كفاءة التعليم ومستوى التوجيه والإرشاد للجماعات الشعبية كما تبدو الجوانب والأقسام التوجيهية والثقافية في التلفزيون والراديو والصحف التي توجه فئات الشعب إلى آفاق أو سع إلى جانب ما تنتجه الهيئات المسئولة عن التوجيه والإرشاد والتعليم من مصورات وملصقات ونماذج ومعارض وبرامج إذاعية وغير ذلك من وسائل الاتصال بالناس. الأمر الذي أدى إلى توسيع آفاق المتعلم بتقديم مادة حديثة شيقة تشرح الجوانب التطبيقية للعلوم في الحياة الإنسانية التي يعجز المدرس العادي عن تقديمها.

واهتمت الدول بالبرامج الإذاعية الخاصة والبرامج التلفازية والتعليمية التثقيفية والمعارض والمتحف العلمية والنشرات والمطبوعات عن طريق أجهزة العلاقات العامة بالهيئات الاجتماعية والصناعية والعلمية.

ودعنا نتصور ربة المنزل التي تهتم بشئون أسرتها بجانب إهتمامها بالتثقيف عن طريق مذياع تضعه في مطبخها لإرشادها وتوجيها في مسائل دينية أخرى كمعرفة الفروض عن طريق برنامج ديني أو الإهتمام بفنون الطبخ عن طريق برنامج غذائي خاص بالأسرة فقد عرفت تلك المرأة توظيف وإستغلال فترة النهار في رفع مستوى ثقافتها ومساعدتها في إنجاز عملها الصباحي بنشاط.

"والإعلام إرشاد وتوجيه بقصد تثبيت الشخصية المتكاملة بواسطة الخبر العادي أو بواسطة الثمرات المتفرعة من هذا الخبر. وما الفلسفة والفنون والآداب على اختلافها

---

(1)د. فتح الباب عبد الحليم ود إبراهيم حفظ الله – وسائل التعليم والأعلام – عالم الكتب – القاهرة ص ص 83 - 85

غير مزيج دقيق من الأخبار المصنعة بألوان من الصور والخيالات والأمزجة والأنغام والأفكار"[1]

(والتوجيه والإرشاد هنا لا يعنيان الخطب المثيرة أو المقالات البلاغية بل يعنيان نقل الرأي المعتمد على الدليل والبرهان والحقائق والأرقام في لعة سهلة مبسطة وهذا ماله من القوة والتأثير ما لايمكن أن يكون للألفاظ الضخمة الرنانة. والمجتمعات النامية بحاجة لمن يأخذ بيدها ويعلمها حقوقها ويرشدها إلى واجباتها وهذه المهمة تعد اخطر المهام وظيفة التعليم (الإرشاد والتوجيه) التي يؤديها الإعلام الإذاعي لأنها تحمل وجهة نظر الدول في شتى القضايا وغالباً ما يستعان بكبار المعلقين والشخصيات البارزة للقيام بهذه المهمة)[2]

(3) الوظيفة التربوية

التربية هي مرحلة تثبيت القيم بعد مرحلة التعليم وتظهر أهمية وظيفة التربية في إنها تؤثر على السلوك واستشعار مسئولية الوالدين تجاه أبنائهم منذ الصغر لان أمر التربية يحتاج إلى يقظة تامة في سبيل تهيئة جيل مسلم قوى بإيمانه، لقوله تعالى "يا أيها الذين آمنوا قوا أنفسكم وأهليكم ناراً" *

لقد أصبح رجل الإعلام يقوم بدور المعلم في المدرسة والوظيفة التربوية لوسائل الإعلام تقوم بالدور التربوي من تعليم وتهذيب وحماية التراث الثقافي للامة ونقله من جيل إلى جيل. والتوجيه الإسلامي لوسائل الإعلام المختلفة في مجال التعليم والتربية أمر في غاية الأهمية لتسهيل عملية التوعية والتنشئة حيث أن في المفهوم الإسلامي هي رعاية

---

(1)د. عبد اللطيف حمزة، الأعلام له تاريخه ومذاهبه - الهيئة المصرية اعامة للكتاب – ط 2002م القاهرة ص 53.
(2) د. فوزيه فهيم، الاعلام والمرأة – المكتبة المصرية للكتاب 1986م القاهرة ص 58.
*سورة لتحريم الآية رقم(6)

الإنسان رعاية مستمرة منذ الولادة وحتى الوفاة وهذا على الامتداد الأفقي أما على الامتـداد الـرأسي فهـي تربية متكاملة ومتوازنة عقلياً بالمعرفة وجسمانياً بالرياضة ونفسياً بالأيمـان وهـي جامعـة مـن حيـث أنهـا تغرس القيم الخلقية والاجتماعية التي تحمي الإنـسان مـن أخطـار الاضـطراب والتمـزق لـتربي في الإنـسان الإرادة الحقة حباً للناس وإيثاراً وبعداً من الأنانية وتجنباً للرذائل [1]

والوظيفة التربوية في الإسلام تقوم على أساس العبادة الخالصة الصحيحة بقول الـلـه تعالى "ونفس وما سواها فالهمها فجورها وتقواها، قد افلح من زكاها، وقد خاب من دساها" *فتزكية النفس هي هـدف التربية التي تؤدى إلى أعداء المواطن الصالح.

والتعليم وحده لا يك في دون أن تمهـد أمامـه الطـرق مـن الأخـلاق والقـيم والأهـداف الواضـحة السديدة لان وسائل الإعلام الحديثة تعتبر هي المعلم الأول لأنها تحاصر الناس أينما وجـدوا، والتربيـة هـي المؤثر في سلوك الأفراد والمجتمعات بجانب الإعلام من حيث التأثير في السلوك والأفكار والمعتقدات.

من وتظهر أهمية وفاعلية الوظيفة التربوية إذا تتبعنا الخطوات التالية وتقيدنا بالضوابط الصارمة.

1/ وضوح الهدف التربوي لدى المخطط الإعلامي.

2/ الإعلاء من قيم المسئولية والالتزام أثناء المعالجة والطرح.

3/ عدم المساس بالمفاهيم والقيم "(من اتقى الشبهات فقد استبرأ لدينه وعرضه)"

4/ عدم التضحية بالمضمون لأي سبب من الأسباب في سبيل الشكل [2]

---

(1)آمال حمزة المرزوقي، النظرية التربوية الإسلامية ومفهوم الفكر التربوي العربي – رسـائل جامعيـة الطبعـة الأولى 1982م جدة ص ص 85-86

*سورة لشمس الآيات (7-9)

(2) عبد القادر طاش – إضاءات حول الإعلام الإسلامي – مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي – سلسلة كتاب الأمـة – رئاسـة المحاكم الشرعية والشئون الدينية – الطبعة الأولى قطر ص 108.

(4) الوظيفة الترويحية

يقول العلامة شيخ الإسلام – إبن تيميه من ضمن وظائف الإعلام الإسلامي وظيفة التسرية التي يقابلها في الواقع الإعلامي من حيث التسمية لامن حيث الحقيقة والأثر وظيفة الترويح والتسلية، فيقول المسلمون محتاجون إلى ما يزيل عنهم الحزن ويبهجهم ويدخل السرور على النفوس حتى يقبلوا على عبادة ربهم ويتقووا عليها[1].

ومعلوم عن الإسلام عنى بالترويح عن النفس فقد هدى إليه رسول الله - صلى الله عليه وسلم - "روحوا عن أنفسكم ساعة بعد ساعة، وقد سن رسول الله صلى عليه وسلم صلاة التراويح وما هي إلا ترويح عن النفس بعد سنه صيام يوم كامل – بل أن الصلاة نفسها راحة للنفس " (أرحنا يابلال).

وموسم الحج موسم تنشط فيه عبادة الفرد باعتباره في العام مرة لان النفس البشرية تستهوى السياحة والترحال ويتحقق لزائر بيت الله الحرام ذلك المقصد والتشوق لزيارة بيت الله فقاصده قاصد لله عز وجل وزائر له وبالتالي مشاهدة الأراضي المقدسة التي يشع فيها نور الإسلام فيقوى الإيمان ويمتن العقيدة ويزيد في العلم بأحكام المناسك فيرجع وقد تزود خيراً كثيراً واستفاد علماً كثيرا.

وإذا كانت نسبة كبيرة وسائل الإعلام تهدف إلى تسلية الناس وإيناسهم فان هنالك حقيقة هي أن المادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد التسلية فآثارها في معظم الحالات عميقة ومتشعبة ويرى كثير من المفكرين أن المادة الإعلامية الترفيهية يجب أن تضرب عصفورين بحجر واحد فترفه عن الجمهور وتؤثر في نفس الوقت عليه في اتجاه

---

(1)ابن تيميه – دراسات إعلامية في فكر ابن تيميه – دار المسلم للنشر والتوزيع الطبعة الأولى 1996م الرياض ص 75

فلسفة مرسومة للمجتمع ويطلق على هذا النوع من الترفيه الموجه، حيث تستغل رغبة الناس في قضاء وقت طيب في تقديم مبادئ واتجاهات مرغوبة داخلة في المادة الترفيهية[1]

ومجال الترويح الإذاعي واسع وليس ضرورياً للجوء إلى الأغاني الرخيصة أو الموسيقى الصاخبة المؤذية أو الكلام الكاذب كما هو اكثر الحال في بعض اذاعاتنا العربية حتى يسمى ذلك ترويحاً، ومن المؤسف حقاً أن تكون نسبة الأغاني كما سنرى تفوق نسبة البرامج الأخرى من اذاعاتنا العربية. فالترويح يمكن أن يكون عن طريق القصة الهادفة أو المسرحية أو الفكاهة التي لأكذب فيها أو عن طريق الشعر الجميل.

ومن خلال التعرف على وظائف الإعلام يتضح أنها تطابق إذا ما احسن استخدامها وإعداد البرامج المناسبة لها، فأنها تعود على الدعوة الإسلامية بالعديد من الإيجابيات والفاعلية نظراً لأنها في كثير منها يتفق وهدى القرآن الكريم والشريعة ويحقق أهداف الدعوة الإسلامية.

ومن ثم يمكن الاستفادة من كافة هذه الوظائف في مجال التوعية بالعديد من أمور الأفراد والمجتمعات ومن بينها ولاشك أمور العبادات التي يمكن الاستفادة من وظائف الإعلام الخبرية والإرشادية بصفة خاصة لبيان أحكام وتعاليم وشرائع الله تعالى في العبادة وكذلك الفرائض والتي من بينها فريضة الحج بل انه من الممكن الاستفادة من الوظيفة الترويحية في تحقيق التوعية الإسلامية من خلال الدراما المسلية والقصة الهادئة والحوار بجانب الحديث المباشر.

---

(1)د. فتح الباب عبد الحليم ود. إبراهيم حفظ الله - مرجع سابق ص 94.

ثانياً: الدعوة الإسلامية ووسائلها في لتوعية

المبحث الأول: مفاهيم الدعـوة

المبحث الثاني: التوعيـــة

المبحث الثالث: وسائل الدعوة

المبحث الأول: مفاهيم الدعوة

الدعـــوة في اللغة:

الدعوة هي الصياح أو النداء والطلب تقول دعوت فلانـاً أي صحت بـه واستدعيته وقد تتعـدى بحرف الجر (إلى) فيراد بها الحث على فعل الشيء تقول: دعاه إلى الشيء تعنى حثه على قصده، ودعـاه إلى القتال ودعاه إلى الصلاة ودعاه إلى الدين والى المذهب حثه على اعتقاده [1]

والدعوة من الألفاظ المشتركة تطلق أسماء ويراد بها الدين أي حقـائق الإسـلام وأركانـه وتكاليفـه، وتطلق مصدراً ويراد بها النداء والنشر والتبليغ وسياق إيرادها يحدد المعنى المطلوب.

الدعوة لغة من الدعاء إلى الشيء بمعنى الحث على قصده أو المحاولة العمليـة أو القوليـة لإمالـة الناس إليه

الدعوة في الشـــرع:

وردت فيها عدة تعريفات نذكر منها:

---

(1)د. السيد محمد نوح – فقه الدعوة الفردية في المنهج الإسلامي – دار الوفاء للنشر والطباعة – الطبعة الأولى 1991م المنصورة ص ص (9 - 10) .

*** تعريف د. / محمد الوكيل**

الدعوة إلى الـلـه هي جمع الناس على الخير ودلالتهم على الرشد بـأمرهم بـالمعروف ونهـيهم عـن المنكر قال تعالى (ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بـالمعروف وينهـون عـن المنكـر وأولئـك هـم المفلحون) [1]

*** تعريف د. عبد اللطيف حمزة:**

يذكر أن الدعوة مساوية تماماً لاصطلاح الإعلام في عصرنا هذا وهو يقول في ذلك "كان القدماء منـذ ظهور الرسل لا يعرفون هذا المصطلح الحديث مصطلح الإعلام والاتصال بأنواعه الثلاثة (الشخـصي والثـاني الجمعي أو الجماهيري) واستخدم وا مكانه المصطلح المشروع عندهم وهو مـصطلح الـدعوة، والـدعوة إلي الشيء هي الترغيب في هذا الشيء أو بمعنى آخر الدعاية له. ونحـن لانـسيء إلى الـدين إذا قلنـا أن العمـل الذي قام به رسول الـلـه - صلى الـلـه عليه وسلم - من اجل هذا الـدين هـو دعايـة طيبـة لـه مـا دامـت الدعاية في ذاتها لها معنيان على الأقل للدعايـة الطيبـة أو البيـضاء أو الدعايـة الخبيثـة أو الـسوداء ونحـن نعلم علم اليقين أن الرسول - صلى الـلـه عليه وسلم - كان مسئولاً أمـام ربـه عـن عمـل واحـد فقـط هـو الإعلام أو التبليغ) [2]

تعريف شيخ الإسلام ابن تيميه [3]

يقول: (الدعوة إلى الـلـه هي الدعوة إلى الأيمان به وبما جاءت به رسله بتصديقهم فيما اخـبروا بـه وطاعتهم فيما أمروا).

---

(1)د. عمارة نجيب – المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي – الفاروق الحديثة للطباعة والنشر – الطبعة الثانيـة 1982م القـاهرة ص 107 سورة آل عمران الاية رقم 104.

(2) د. عبد اللطيف حمزة – الأعلام صدر الإسلام - دار الفكر العربي – الطبعة الأولى 1978م القاهرة ص 104.

(3) تقي الدين احمد شهاب الدين بن مجد الدين ابن تيميه الحراني – محموع الفتاوى 157/15

ومن هذه التعريفات نخلص إلى الآتي:

الدعوة ما هي إلا إعلام موجه إلى الإسلام وإعلائه ومعالجة قضاياه وأحكامه وتكوين رأى عام إسلامي يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في جميع تصرفاته.

والدعوة توظف للإعلام بغرض الوعظ والإرشاد والتوعية قال تعالى (ومن احسن قولاً ممن دعا إلى الله)

فقد كان رسول الله - صلى الله عليه وسلم - قدوتنا خير داعي إلى وكثير مما دعا صحابته والمسلمين من بعدهم إلى التأسي بسنته لإعلاء كلمة (لا اله إلا الله محمد رسول الله). والدعوة هي سبب الهداية المؤديه إلى الإيمان بالله تعالى ومعرفة القيم والآداب والمثل التي إرتضاها الله لعباده.

والدعوة الإسلامية تحمل الإعلام بدين الله على وجه الخصوص لأنها موجهة لهدف نشر كلمة الدين وإعلائه ومعالجة القضايا الدينية من ضمنها مسائل العبادات الممثلة في الإرشاد الديني لخدمة قضية العبادات لإعداد رأى عام إسلامي يمتلك الحقائق الإسلامية ونشرها ويتأثر بجميع تصرفاته التعبدية. ومهمة الدعوة بالغة فهي أمانة حملها الإنسان المؤهل لحملها لقوله تعالى: (إنا سنلقى عليك قولاً ثقيلاً)[1]

* والدعوة نشاط إعلامي يخاطب العقل ويستند إلى المنطق ويجادل بالحجة ويعمل على كشف الحقيقة أما الدعوة بالمفهوم الخاص (الدعوة الدينية) فهي مباشر وغير مباشر. فالمباشر غالباً ما توجه للمؤمنين بالرسالة – المسلمين – ولا يمنع هذا توجيهها لغير المسلمين وغالباً ما تكون بشرح أصول وقواعد الدين وتناقش قضاياه وتجيب على بعض الأسئلة وتقدم المواعظ والنصائح لأنها غالباً المسلمين أو جمهور المؤمنين بالرسالة ذات مستوى ضيق، أما الدعوة بالمفهوم العام فهي تخاطب بطريقة غير مباشرة المؤمنين وغير

---

[1] سورة المزمل الآية رقم (9)

المؤمنين وهى اكثر جدوى وأوسع تأثيراً وبعد عمقاً لان النفوس البشرية كلها تثقل عليها النصيحة والموعظة المباشرة [1]

كما أن الدعوة هي الجانب التبشيرى بعقيدة الإسلام توازى مفهوم الإعلام لان الدعوة هي الإعلام بالإسلام وهى من الأعمال التي تصنف من فروض الكفاية إذا لم يقم به نفر من المسلمين أثموا جميعاً.

ومن هنا نخلص إلى أن نشر الدعوة الإسلامية من لب الدعوة والقرآن يشير إلى أن التبصير بأمر الدعوة أحد عناصرها الأساسية بقوله تعالى: (ما على الرسول إلا البلاغ والله يعلم ما تبدون وما تكتمون)[2].

ومن المعلوم أن موضوع الدعوة هو الإسلام الذي يدعى الناس إليه ويشتمل الإسلام على جانب العقيدة وجانب الشريعة وجانب الأخلاق. والدعوة لها مناهجها ووسائلها وأساليبها يمكن تفصيلها في الفصول القادمة.

الدعوة الإسلامية أحق دعوة يجب أن تتبع لأنها دعوة العباد إلى الله عز وجل وهى دعوى مستمدة من أدلة ومصادر أساسية يمكن أن تستند عليها ممثلة في الآتي:

1- القرآن الكريم.

2- السنة النبوية.

3- السيرة النبوية المطهرة، وسيرة الخلفاء الراشدين، ووقائع العلماء والدعاة.

---

(1) عبد الوهاب كحيل – الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي – عالم الكتب – الطبعة الأولى 1985م بيروت ص 224.

2 سورة المائدة الآية رقم (99) .

المبحث الثاني: التوعية

التعريف اللغوي للتوعية

وعى ((يعي وعياً)) – الشيء أي جمعه وحواة

وعى الحديث قبله وتدبره وحفظه وتعي الآذان إذا سمعت، والعامة تقول وعى فلان أي انتبه من نومه أو من غفلته. أوعى إيعاء الكلام أو الشيء حفظه وجمعه [1]

وع ى. وعيت الحديث وعياً من باب وعد: حفظته وتدبرته وأوعيت المتاع بالألف في الوعاء وضعته [2]

وفي هذا البحث يريد الباحث تناول جانب التوعية لتبيان أثره في وسائل الأعلام الحديثة المختلفة بالتركيز على المرئي والمسموع منها لأنها مؤثرات جيدة بل هي أسلحة ذات حدين تستخدم للخير وتستخدم للشر وتحتاج إلى توجيه وإرشاد وتوعية ترى هل نكون نحن المسلمون بمستوى المسئولية الملقاة على عاتقنا؟.

وانتوعية المطلوبة هي تعليم كيفية المعاملات الإسلامية والسلوك الإسلامي القويم من حسن الخلق ومعاملة الناس عن طريق الإرشاد والتوجيه والتعليم بالطرق المباشرة وغير المباشرة تبث فيها القيم على شكل مضامين ومحتويات لبرامج والمقالات المكتوبة والمسموعة والمرئية حتى تصل إلى الجماهير في كل مكان وزمان كما أراد الله لها وأمر بها.

ويقصد بالتوعية التبصير بالقيم والعادات التي آمر بها الإسلام مستمدة من إعلام إسلامي راسخ.

---

(1) المنجد في اللغة والأعلام – دار المشرق الطبعة 28 – بيروت – لبنان ص 809

(2) د. رجب عبد الجواد – معظم امصطلحات الإسلامية في المصباح المنير دار الآفاق العربية الطبعة الأولى 2002م القاهرة ص 305.

والمتأمل لتراثنا الإسلامي يجد إرادة التغيير دائماً إلى الأحسن، والتوعية نوع من أنواع الجهاد لمحاربة الجهل والأمية والعادات والتقاليد البالية.

موضوع التوعية له علاقة وطيدة بنسبة الأمية الفقر في العالم الإسلامي لان معظم شعوبنا المسلمة ينقصها التدريب على المهارات وتجعل القراءة والكتابة تلك المعرفة الأساسية التي يمكن أن تساعد في التدريب على اكتساب أيه مهارات جديدة.

وبعض المسلمين الذين يفدون معظم أنحاء العالم الإسلامي لأداء مناسك الحج لا تتوفر لديهم المعرفة الأساسية بقواعد الصحة العامة والمعلومات الدينية. وهى مشكلة تواجه امتنا المسلمة ولإعداد كبير من هذه الأمة المسلمة ولاسيما كبار السن من الحجاج.

التوعية لابد أن تكون من خلال وسائل الإعلام والتعليم ولابد من أن يسبق الإعلام التعليم بالأوليات الهامة من المسائل الدينية أو ما يسمى بتعليم الكبار والهدف من ذلك تزويدهم بالمهارات العملية وزيادة معلوماتهم في المجالات التي تعينهم وتوسيع آفاقهم العقلية ومن ثم الشروع في مسألة صقلهم إعلامياً للإقبال على أداء هذه الشعيرة.

وذا أردنا توعية الكبار من ناحية التعليم في المرحلة الأولى لابد لنا من تعليمهم المبادئ الأساسية في تعليم القرآن الكريم والتجويد والتفسير واللغة العربية والمبادئ الدينية عن الحج والصلاة والزكاة والفقه والتوحيد والسيرة وغيرها من العلوم الاساسية.

ويمكن الاستفادة في تعليم ذلك عن طريق الأشرطة والشرائح التي تصاحبها أصوات توضيحية وعبر أشرطة الفيديو.

على أن يتم تعليم الصلاة، بحيث يقوم شخص ما بأداء الصلاة بينما يتولى شخص آخر شرح كل خطوة وكذلك الحال في مناسك الحج ومجالس الأيمان وغيرها.

ولأعداد برامج التوعية لابد من دراسة العناصر الأساسية وإعداد برنامج تعليمي.

وسائل الإعلام تقوم بدور تعليمي مباشر أما الدور التربوي الرئيسي والمستمر لوسائل الإعلام فهي خاصة بالذين تركوا مقاعد الدراسة، وان التعليم فيها مستمر مدى الحياة.

من أهم ما يجب توضيحه في أمر التوعية للحاج والمعتمر توضيح معاني الحج ومقاصده:

* بيان إن الحج هو الركن الخامس من أركان الإسلام وبه اكتمل الدين وتمت النعمة والرضوان على المسلمين.

- التكليف بالمستطاع حيث فرض الحج على المستطيع دون العاجز ممثلة في استطاعة الزاد والراحلة والقدرة البدنية

- التذكير بمنافع الحج: وذلك عن طريق توضيح المنافع الدنيوية والأخروية

التي يشهدونها في الحج لا توجد في غيره من العبادات.

* بيان إختيار أحد أنواع النسك الثلاثة: (التمتع والقران والإفراد)والامتثال بما أمر به الرسول - صلى الله عليه وسلم - وتوضيح أن الأفضل لكل نوع من الناس هو الايسر عليهم، البعيد عن المشقة.

* الاهتمام بالاستعداد لأداء الحج استعداد خاص من التوبة ورد المظالم إلى أهلها أو طلب سماحهم فيها وتحرى الحلال من المال للنفقة ووداع الأهل والأحباب والتشوق إلي مواطن الحج وزيارة المدينة المنورة.

المبحث الثالث: وسائل الدعوة

كان الطابع العام للدعوة الإسلامية في العصر الإسلامي شفهياً يعتمد على الاتصال المباشر وجهاً مما أدي إلى نجاحه لانه يتلا في سلبيات وسائل الأعلام الحديثة غير المباشرة وخاصة الناحية الإقناعية لإهتمامه بجانب التنوع وتقديم الحجج والبراهين.

وفي هذه الزاوية لابد للباحث من توضيح ضروب الإتصال الدعوى التي تهم الجهور المستهدف.

وسائل الدعوة قديماً:

تتمثل في الآتي: -

1- الاتصال الشخصي.

2- خطبة الجمعة.

3- الرسائل وبعث الرسل السفراء.

(1) الاتصال الشخصي:

لقد ضرب لنا الرسول الكريم أروع الصور في الاتصال الشخصي الذي خص به دعوته في بادئ الأمر وهى المرحلة السرية ثم عقبتها المرحلة العلنية بعد وصول الدعوة مرحلة الذروة.

فالاتصال الشخصي يتمتع بظاهرة رجع الصدى من المستقبل إلى المرسل الذي يستطيع أن يستشف مدى قابلية المستقبل لما يقال له، وكذلك مبلغ تأثيره وتصديقه بما يوجه إليه، كما يتم الاتصال الشخصي في اختيار الأشخاص أو الفئات التي يتحدث إليها ويتسم بالآلفة ورفع الكلفة وتبادل المصلحة وتحقيق التعاون وتوثيق الصلات وتوضيح الغامض وتثبيت الحقائق وإجلائها وترتيب لقاءات دورية ومتابعة الحديث وتنويعه [1]

والاتصالات الشخصية تعتبر من أهم الوسائل التي قامت بمهام جليلة من أجل إنجاح دعوة المصط في عليه الصلاة والسلام في السنة السادسة للهجرة ونلاحظ كذلك من الغزوات غزوة الحديبية عندما رغب الرسول - صلى الله عليه وسلم - وصحبه في

---

(1) د. إبراهيم إمام – أصول الأعلام الإسلامي – دار الفكر العربي - الطبعة الأولى القاهرة ص 58

أداء اعمرة، أبت قريش وعلى رأسها أبو سفيان وأقسمت لن يدخل محمد مكة ذلك العام عنوة. فما الحل أذن؟ فقد خرج الرسول عليه الصلاة والسلام من المدينة وأذن في المسلمين بالزيارة والحج فلبوا النداء ونزلوا في الحديبة، ضاحية من ضواحي مكة. أرسلت قريش رسولاً ليتعرف على قوة محمد عليه الصلاة والسلام ويأمره بالعودة، وبعث محمد عليه الصلاة والسلام رسوله يبلغها انه ما جاء يريد حرباً وإنما جاء معتمراً وزائراً للبيت معظماً لحرمته [1]

ويتبوأ الإتصال المواجهي مكانه مميزة في خطط الدعوة الإسلامية التي يجوز لها أن تقصر نشاطها على وسائل الاتصال الجماهيري فلا يك في أن يستمع غير المسلمين إلي حقائق الإسلام عبر الإذاعة أو يشاهدونها على الشاشة الصغيرة أو الكبيرة أو يقرءون ما تنشره الصحف وغيرها من الوسائل المقروءة لان مرحلة التعرض لابد ان تلحقها مرحلة الإقناع والتبنى فقد يستمع الجمهور إلى الفكرة أو يقرؤها ولكنه يدركها بالصورة التي تتفق مع إطاره الدلالي وتنسجم مع نظرته للحياة ومع ثقافته وفكره السابق الذي قد يكون فكراً مشوهاً يفعل معلوم الهدم وعوامل التشويه والقوى المعادية للإسلام [2]

يلاحظ القاري للإعلام الديني قديماً يكمن في تبليغ الرسول - صلى اللـه عليه وسلم- الرسالة لهداية البشرية وكانت دعوته بالكلمة والحديث العادي والخصبة والكتاب وكل ما اتيح له من وسائل الأعلام في عهده.

وأسلوب الدعوة يكون في كل عصر ما يناسبه حتى تقوم الحجة لله على الناس ويتحقق إبلاغ الناس دين اللـه بطريقة تحرك فيهم دواعي الإقناع والقبول لقوله تعالى: (ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي احسن *

---

(1) د. إبراهيم إمام مرجع سابق ص 61

(2) د. محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي في غير ديار المسلمين، الهيئة المصرية العامة للكتاب 1990م القاهرة ص 15

* سورة النحل الآية رقم (125)

(2) خطبة الجمعة:

الوسائل التقليدية تتمثل في الوعظ وخطب المساجد وخطبة الجمعة يختار لها أحد العلماء ويتطب فيه أن يكون حسن المظهر وان يكون حاضر البديهة وطلق اللسان وان يكون ملماً بعلوم الشريعة وشئون الحياة الأمر الذي يدعو إلي متابعته وصدق تجاوب الناس معه.

كما لابد أن يكون الخطيب محل ثقه بالإضافه إلى إجادة القراءة والخشوع والترتيل عند قراءه القرآن الكريم "والخطبة من التلفزيون تختلف عنها في الإذاعة. ففي التلفزيون الخطبة مقيدة بزمن معين وعلى المتحدث أن يكون متمكناً من الموضوع مهتماً بالأمور الكبرى تاركاً التفريعات والجزئيات" [1]

وقد كثرت الخطب في عهد الرسول - صلى الله عليه وسلم - والخلفاء الراشدين، منها خطب الإمام على كرم الله وجهه وفي العصر الأموي هنالك خطباء من أشهرهم زياد بن أبيه والحجاج بن يوسف الثقفي، فقد أدخل الحجاج العنصر لمسرحي في خطبته فحين أراد أن يخطب العراقيين صعد المنبر وهو ملثم بلثام، وبقى على ذلك مدة آثار أثنائها عجب الحاضرين في المسجد.

تطورت الخطب في كل العصور إلى أن وصلت عصرنا الحاضر وكان أثرها واضحاً في التوعية لأنها تخاطب مختلف قطاعات المجتمع من الصغير وحتى الشيوخ. والمؤسف حقاً إن خطبنا أصبحت مربوطة بالحالة السياسية في البلد وظهر الخطباء السياسيين الذين يعملون لصالح الدولة ناسين إن هذه الوسيلة اخطر وسائل الأعلام قديماً وحديثاً

---

(1) د. عبد الله شحاته – الدعوة الإسلامية والأعلام الديني، الهيئة المصرية العامة للكتاب – بيروت الطبعة 1987م القاهرة ص 36.

والتوعية المطلوبة هنا مخاطبة كافة الناس في مواضيع تهم الدعوة الإسلامية بعيداً عن نزعات الشيطان كما كان يفعل الرسول - صلى الله عليه وسلم - وأصحابه من بعده. وإن الإقتداء بالصحابة أمر ضروري للغاية ونحن محتاجون إلى أشخاص أقوياء في صلابة عمر بن الخطاب وعدل وصدق أبي بكر الصديق إلى نجاح عملية الدعوة الإسلامية ونحن اليوم في عصر إتخذت فيه أسلحة معادية للإسلام عصر الفضائيات وعصر الأرقام والتسابق لنشر خطب تحمل المصداقية والموضوعية والحيدة ونشر كل ما يرضى الله.

وقد جاء إهتمام الباحثة بالتركيز على خطبة الجمعة من الوسائل الفاعلة في الدعوة الإسلامية علماً بأن كثير من الكتب تناولت جوانب كثيرة من الوسائل المقدمة كالمنادى والبعثات والقصيدة الشعرية واكتفيت بالخطبة لما لها من أهمية في مجتمع البحث وخطبة العيد ذات أهمية قصوى لمجتمع الحجاج.

أما خطبة الجمعة فأنها تحتل مكان الصدارة بين وسائل الإعلام وقنوات الدعوة والتوجيه والإرشاد في المجتمع الإسلامي، بل إن الإسلام ينفرد بهذه الوسيلة المؤثرة من بين جميع الأديان والمذاهب بالصورة المتميزة التي هي عليها، وتنبع أهمية خطبه الجمعة في مجال التوعية من إعتبارات عديدة من أهمها كون الخطبة جزءاً رئيسياً من فريضة دينية لابد أن يؤديها الفرد المسلم البالغ العاقل المقيم كل أسبوع مع إخوانه المسلمين في مسجد القرية أو الحي أو المدينة. وهذه الصفة لخطبة الجمعة تكسبها منزلة خاصة في قلب المسلم ووجدانه، لذلك يأتي المسلم إلى صلاة الجمعة منفتح النفس طاهر اليدين مستعداً للتلقي وعازماً للاستفادة) [1]

---

(1) د. عبد القادر طاش / رؤى على طريق الدعوة – مطابع الفرز دق التجارية – الطبعة الأولى 1987 ص 123 .

(3) الرسائل وبعث الرسل (السفراء)

تمثل الرسائل موقعاً هاماً في وسائل الإعلام، فقد كانت في عهد الرسول - صلى اللـه عليه وسلم - وسيلة فعالة وظهرت أهميتها في عهد سيدنا عمر بن الخطاب فقد حفظ له التاريخ طائفة صالحة من الرسائل.

وما يقابلها في يومنا هذا الرسائل التي ترسل مع سفراء الدول وهي وسيلة قوية لتوصيل معلومات تخص الدول وتدفع بها إلى الأمام وهي وسيلة تكتب مضمون الرسالة كاملة مما يجعلها تكون ذات اثر كبير من جانب المستقبل الذي بدوره يعمل على رد الرسالة والإجابة الواضحة التي تبين مضمون الرسالة وبالتالي يكون رد الفعل قد أتى ثماره بوضوح.

فالسفراء والدبلوماسيون في عصرنا الحاضر يهتمون بهذه الوسيلة الأمر الذي درج عليه معظم دول العالم بتعيين سفراء دائمين لخدمة بلادهم وتنصح خدمة العلاقات العامة في هذا المجال بحيث توفر المعلومة بسرعة فائقة ومنظمة.

كانت الرسائل من الصور التي اعتمد عليها نشر الدعوة الإسلامية وعنى بها صاحب الرسالة واختار لها كبار الصحابة.

وسائل الدعوة حديثاً

عند التحدث عن وسائل الدعوة لابد من إبراز جانب وسائل الإعلام الجماهيرية في العصر الحديث لان وسائل الإعلام هي المكلفة بالدعوة الإسلامية، والأرقام تدل على أعداد جماهير وسائل الإعلام المختلفة مثيرة ولكنها مضللة أيضاً فهي يمكن أن تعطى بسهولة انطباعاً بأن كل صحيفة وكل مجلة وكل كتاب وكل برنامج إذاعي أو تلفزيوني يحاول أن يصل إلى جميع الناس، ولكن الصحف محددة بالموقع الجغرافي فيما عدا الحالات الإستثنائية النادرة تركز توزيعها في نطاق المجال التجاري للمجتمع الذي تخدمه الصحيفة والتي تصدر فيه. وجماهير كل محطة راديو أو تلفزيون محدودة أيضاً. وهي محصورة في

حدود أطول موجاتها. وجميع وسائل الإعلام مقيدة بإذاوق الجمهور وإهتماماته ودوافعه.

ويمكن توضيح وسائل الإعلام المعاصرة في الآتي: -

أ. الوسائل المقروءة (الصحافة المجلات الكتيبات النشرات).

ب. الوسائل المسموعة (الراديو – الكاسيت – الهاتف - الموبايل).

ج. الوسائل المرئية (التلفاز – اللوحات – السينما - المسرح 000 وغيره).

وتناول الوسائل الأكثر أهمية في مجل التوعية المنوط بها توعية الحجاج التي تبث خلالها البرامج الإعلامية حسب كل وسيلة وإمكانية فعاليتها.

وتتعرض الباحثة للوسائل الأكثر فعالية ممثلة في الصحف والراديو والتلفزيون.

(1) الصحـــف: -

تعتبر الصحافة اقدم وسائل الإعلام منذ ظهور المطبعة وتأتي أهميته حسب المستوى والمركز الاجتماعي وعامل السن والتعليم للإفراد وفقاً للدراسات التي أجراها ولبر شرام ودا فيد مانتج هوايت. فالشباب يميلون إلى قراءة الصحيفة للترفيه وكبار السن للإعلام والمتواضعون للتعليم والترفيه

إهتم المسلمون حكاماً وعلماءاً بالكتاب كوسيلة إعلامية لنشر العلم وتوضيح الفكر الإسلامي في جميع فروعه فأنشأت دور الكتب، وكثر عدد الناسخين وانتشرت في العواصم الإسلامية المختلفة محال الوراقين.

وتأتي أهمية المطبوعات في العالم الإسلامي نشر الفكر الإسلامي دعماً للإسلام بين أبنائه وتبشيراً به بين الذين لم يعتنقوه[1]

تمتاز الصحيفة المطبوعة عن غيرها من الوسائل الأخرى بما تتيح الفرصة للقارئ وتسمح له بقراءة الرسالة اكثر من مرة مثال ذلك إذا أراد شخص معرفة مواعيد سفريات الحجاج وتفويجهم ولم تسعفه الظروف لمتابعة الإذاعة والتلفزيون ووقعت في يده صحيفة تجدول سفرياتهم وكانت المواعيد على وشك بدء السفريات فهي بالفعل تكون مكنته من معرفة التفويج في الوقت المناسب.

والصحيفة تمتاز بالناحية الاقناعية لان المطبوع يسمح بحرية التخيل والتفسيرات.

ولما كانت الصحافة هي منبر الرأي لعام فهي أقدر وسيلة من وسائل الإعلام على مناقشة الآراء والمسائل العامة في كل مجتمع. ومن الحقائق التي نؤمن بها كذلك تلك الحقيقة التي تقول "أن لكل مجتمع صحافته التي يستحقها"[2]

والصحافة مقياس لحضارة الأمم فنلاحظ أن دور النشر تمتلك أموالاً طائلة بسبب ما تنشره من صحف يومية عالمية ومحلية التي تناقش المسائل العامة والآراء في المجتمعات وبذلك تكون أداة هامة لبناء لمجتمعات بجانب مسئولياتها عن ثقافة الجماهير والأخلاق العامة.

(2) الراديـــــو

يعتبر الراديو أهم وسيلة للتوعية وجاءت أهميتها، لإرتفاع نسبة الأمية في

---

(1) محمد فتحى على شعير / وسائل الإعلام المطبوعة في دعوة الأخوان المسلمين – دار المجتمع للنشر والتوزيع – ط /1985م جدة ص ص 52-53.

(2) د. عبد اللطيف حمزة – الإعلام والدعاية – مكتبة دار الفكر العربي – الطبعة الأولى 1984م القاهرة ص 73.

المجتمعات وتضاعفت أهميته كوسيلة للتثقيف جعلها تتميز على غيرها من الوسائل الإعلامية الأخرى لان الإستماع إلى الكلمة المنطوقة لا تحتاج إلي معرفة أصول القراءة والكتابة كما هو الحال في الصحيفة والمجلة والكتاب.

والبرامج التي تبث في الإذاعة في شكل دراما مثلاً تجعل المستمع أكثر تفاعلاً مع المواقف الاجتماعية المسموعة. كما إن الإذاعة تعمل على تنوع برامجها لتناسب جميع الأذواق والميول والحرف ولغتها مفهومة، وسهولة تناول وإستعمال الراديو يساعد في عملية التثقيف دون جهد كبير مقارنة بالقراءة لأنها تستخدم لغة مفهومة.

الرسالة المذاعة قد تكون أكثر فاعلية من الرسالة التي تنقل بالاتصال المواجهى لانه يمكن تقويمها بواسطة الموسيقى والتأثيرات الخاصة التي تترك انطباعاً قوياً.

وقد أظهرت التجارب أن المواد البسيطة السهلة التي تقدم بواسطة الراديو يسهل تذكرها مما لو قدمت مطبوعة، خاصة بين الأفراد الأقل تعليماً والأقل ذكاءآ. كذلك يؤمن بعض الكتاب إن الراديو من الوسائل القادرة على جعل الجماهير تحس بالمساهمة والإقتراب الشخصي (والواقعية) التي تشبه الإتصال المواجهى، ربما كان الراديو من أسهل الوسائل الإعلامية إستخداماً [1]

وعليه فأن وظائف المذياع أو الراديو تتمثل في الآتي: -

* **المذياع يخبر:** فهو ينقل الأخبار الصحيحة – إن صح مصدر الخبر – بما يدور في العالم الإسلامي، والعالم كله من أحداث ينقلها بشكل سريع تعجز عنه وسائل الإعلام الأخرى والمسلم الحق، يهتم بأمر اخوانه المسلمين في العالم كله، لان المسلم لأخيه المسلم كالبنيان يشد بعضه بعضاً.

---

(1) أ. د جيهان رشتى / الأسس العلمية لنظريات الإعلام – دار الفكر العربي 1987م ص 367.

* المذياع يعلم ويثقف:

وذلك عن طريق برامجه التعليمية والتثقيفية، وما إسهام العلماء والأساتذة، في تقديم برامج الإذاعة إلا لتزيد المسلم في علمه، وتقدم له ما يهمه في أمر دينه وآخرته.

والمجال الثقافي للمذياع مهم جداً، فهو ينقل للأبناء كل ما كان له اثر للآباء في مجال العلم والفن والأدب والشعر بحيث تبقى الصلة وثيقة بينهم، وتبقى صلة ماضي هذه الأمة بحاضرها حيه في نفوس أبنائها. وهذه المهمة للمذياع مهمة تربوية وحضارية في الوقت نفسه. [1]

من خلال هذه الوظائف تأتى ثمار التوعية المطلوبة للمجتمع المسلم والذي يتعطش إلى معرفة أمور الدعوة الإسلامية والتي هي لب العبادت الجامعة التي تهم المسلمين.

(3) التلفزيـــون: -

لقد أصبح التلفزيون من أهم وسائل التوعية لانه يمتلك خاصيتى المشاهدة والاستماع في آن واحد الأمر الذي جعله يحتل مركزاً مرموقاً بين وسائل الإتصال وخاصة في عصر التكنولوجيا فهو يستخدم لعدة أغراض الفيديو الإنترنت بالإضافة إلي الجانب الترفيهي في القنوات الفضائية وألعاب الأطفال.

مـــزايا التلفزيـــــون: -

(1) أقرب وسيلة للاتصال المواجهى، فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة واللون. والواقع أن التلفزيون قد يتفوق على الاتصال المواجهى في انه يستطيع أن يكبر الأشياء الصغيرة ويحرك الأشياء الثابتة.

---

(1) الأستاد فهمي قطب الدين النجار – الأعلام والبيت المسلم – كتاب البيت –5 - منشورات لجنة مكتبية البيت شركة الشعاع للنشر – الكويت – ط1 1985م ص ص 88 – 89

(2) يقدم التلفزيون مادة إعلامية في نفس زمن حدوثها أي قد لا تمر فترة زمنية بين وقوع الحدث وتقديمه.

(3) يعرض التلفزيون كوسيلة للإعلان، كل كلمة في النسخة الإعلانية، يسمح بأساليب متعددة للتقديم.

(4) التلفزيون في المجتمعات الغربية المتقدمة بشكل خاص في الولايات المتحدة الأمريكية وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع المواطنين في حين أصبحت الإذاعة والصحف والمحلات وسائل محلية أو وسائل تتجه إلي جماهير متخصصة أو محددة [1]

وتأتى برامج التوعية في شكل دراما يتم فيها توزيع الأدوار.

أما واقع وسيلة التلفاز فإنها وسيلة مادية تصلح لان تستعمل للخير أو الشر إلا أنها بحكم الدول التي خترعتها والأيدي التي تتولى عليها غالباً ما تستخدم للشر أما رغبة في إشاعة الأفكار السيئة والعادات القبيحة عن قصد وتخطيط أما إشباعاً لرغبات الناس المتنوعة، وجذباً لهم دون مراعاة للضوابط الشرعية والخلقية عن إهمال وغفلة أمامك للفراغ مع قلة البرامج الخيرة وندرتها، رغبة من الإكثار في ساعات البث.[1]

بقول الله تعالى (يأيها الذين آمنوا قوا أنفسكم وأهليكم ناراً وقودها الناس والحجارة عليها ملائكة غلاظ شداد لا يعصون الله ما أمرهم ويفعلون ما يؤمرون) [*]

---

(1) د. جيهان رشتى – الأسس العلمية لنظريات الإعلام مرجع سابق ص 368

* سورة التحريم الآية رقم (6)

الفصل الرابع

دور الرسالة الإعلامية فى تطوير الخطاب الديني

الفصل الرابع

دور الرسالة الإعلامية فى تطوير الخطاب الدينى

المبحث الأول

ما المقصود بتطوير الخطاب الديني ؟ وكيف يتم ؟

إذا كان القصد من مشروع تطوير الخطاب الديني هو القضاء على العنف ودفع عجلة التقدم فالأصوب والأسلم هو التحول عن منهج معالجة النتائج إلى منهج معالجة الأسباب.

والواقع أننا نرى أن مشروع تطوير الخطاب الديني الذي يطرحه العالم الغربي اليوم لاسيما أمريكا كما لو كان تعبيرا عن تحولها إلى منهج معالجة الأسباب هو في حقيقته استمرار لمنهج معالجة النتائج، حيث أن الخطاب الديني الحالي الذي يصفونه بأنه " متسم بالتشدد " هو في ذاته نتيجة لأسباب أخرى تتصل بالظلم والفساد وانحسار العدالة والهيمنة وغياب احترام كرامة الإنسان ـ هذا برغم التحفظ الذي أبديناه في مقدمه عملنا ـ . وهذا يقتضي أن يطوّر الخطاب الديني بمعالجة أسباب تشدده وليس من خلال تغيير مضمونه الذي من شأنه أن يكثف من ضغوط الهيمنة والإحساس باستخفاف الغرب بكرامة العربي والمسلم.

ورد في مقال للأستاذ خالد أبو الفتوح قوله: " فالأمر بلا تعقيد أن لأمريكا مصالح في هذه المنطقة، وأن شعوبها ـ بوضعها الحالي ـ تعد معامل تفريخ لمن يهددون أمن أمريكا، وعلى وجه التحديد فإن «المدارس الدينية في العالم الإسلامي تجند المتشددين الشبان» بحسب تعبير وزير الحرب الأمريكي رامسفيلد في مذكرة منسوبة إليه[1]، كما أن

---

1) جريدة الحياة 2003/10/25

هذا الواقع يعرقل التعايش والتعاون بين هذه الشعوب وأصدقاء أمريكا وحلفائها في المنطقة، وعلى رأسهم (إسرائيل).

- فما السبيل إلى التغيير المنشود؟

ثم يستطرد قائلاً: تعالوا نرتب الأوراق بالمنطق الأمريكاني:

- الإسلام بقيمه ومبادئه يمثل خطراً على أمريكا، وليس الأمر أمر (قوىً أصولية) يراد التخلص منها.
- وهذه القيم والمبادئ هي التي تفرخ بعض من نشؤوا في المنطقة وتدفعهم للقيام بأعمال خطرة على أمريكا ومصالحها وأصدقائها وحلفائها.
- وهؤلاء يتشربون هذه القيم والمبادئ الخطرة عبر منظومة معقدة من المفاهيم المبثوثة في مناهج التعليم والمواعظ الدينية، ويغذيها أحيانًا إعلام غير مسؤول، إضافة إلى عادات اجتماعية متوارثة ترسخ هذا النمط من القيم والمبادئ والسلوكيات.
- فهناك ثلاثة عوامل رئيسة تساهم في تشكيل العقلية العربية والإسلامية: الإعلام، والتعليم، و(الخطاب الديني)، والأخير هو أخطرها لما يحمله من احترام و(تقديس) لدى فئات كثيرة، ولكونه يصل إلى جميع الطبقات ويخاطب جميع المستويات.
- و(الخطاب الديني) هو جزء من الهوية والتكوين الروحي والفكري والنفسي والاجتماعي لهذه الشعوب، فمن عير الممكن مصادمته وإسقاطه كلية بشكل فج ومباشر، خاصة إذا جاءت هذه المصادمة ممن هم خارج إطاره.
- ومن الملاحظ أن هذا التكوين تشكل عبر سنين طويلة ؛ فمن غير المتوقع إعادة

تشكيله عبر الميكروويف من غير احتراق، ولكن أيضًا فإن المصالح الحيوية لأمريكا والإدارة القاطرة التي تقودها لا يحتملان الانتظار أمام النار الهادئة[1].

ثم يواصل الكاتب حديثه قائلاً: " الملامح التي لوحظت على هذه الحملة، وهي في نظري ما يأتي:

- أن هذه الدعوة ظهرت في البلاد التي يقوى فيها النفوذ الأمريكي، مع وجود نشاط ملحوظ في البلدان التي تعد تاريخيًا مرجعيات العالم الإسلامي.
- وأنها جاءت اتساقًا مع خطة تطوير مناهج التعليم التي أملتها وأوعزت بها قوى خارجية معينة، مستغلة أحداثًا وظروفًا معروفة، فجاءت هذه الحملة استكمالاً لمخطط إعادة تشكيل العقلية المسلمة.
- الالتباس المتعمد في هذه الدعوة، فعلى عادة العلمانيين والتغريبيين في الإبهام والغموض عندما يتعلق الأمر بخطوة يصعب على الجماهير هضمها، جاءت الدعوة إلى تجديد الخطاب الديني، فكلمة (الخطاب) تحتمل أن يكون المقصود بها (مضمون) الخطاب ومحتواه، وتحتمل أن يكون المقصود بها (شكل) الخطاب بما يتضمنه هذا الشكل من أساليب ووسائل عرض المضمون.

ولا شك أن مقصود مروجي هذه الدعوة هو تجديد مضمون الخطاب الديني، أي (تجديد) القيم والتصورات والمبادئ التي يحتويها هذا الخطاب، ولا يخفى على القارئ ما تتضمنه كلمة (تجديد) من معانٍ تشمل كون هذه القيم والمبادئ والتصورات أصبحت بالية ولا تصلح لهذا العصر.[2]

---

(1) مجلة البيان العدد 195 ذو القعدة 1434المصادف لشهر يناير 2004

(2) المصدر السابق .

وكمثال على ما نقول نورد ما ذكره الكاتب المصري أحمد عبد المعطي حجازي[1] في معرض إيضاحه للمقصود بكلمة (الخطاب) أن هذا العصر الذي نعيش فيه هو عصر العلم الذي نرجع إليه في كل أمر من أمور حياتنا، أو أن هذا ما ينبغي أن نفعله، فنقرأ، ونفهم، نناقش، ونجرب، تحلل، ونقارن لنعرف الأسباب، ونتوقع النتائج، ونفسر ما يحدث في الطبيعة والنفس، والجسم، والمجتمع.

نعرف الآن مثلاً أن الزلزال يقع نتيجة لتصدع طبقات الأرض وتحركها، وليس لأن المدن شريرة أو لأن الآلهة ثائرة غضبى، ونعرف أن الجنون مرض يصيب العقل وله أسباب مختلفة وصور شتى وطرق في العلاج تتعدد بتعدد أسبابه وأنواعه، وليس حلولاً لجن أو شيطان في جسد المريض كما كان يعتقد الناس من قبل، وكما يعتقد كثيرون منهم حتى اليوم، وهذا هو الخطاب الذي يتفق مع روح العصر، لأنه يتفق مع العلم، أي مع العقل والتجربة»، «ونحن إذن أمام مصدرين للمعرفة: العقل الذي نفسر به الظواهر، ونتتبع التحولات، وننتقل من السبب إلى النتيجة، يبدو لنا العالم مفهومًا، ونشعر بقدرتنا على التحكم فيه والسيطرة عليه، والنص الذي يعتقد النصوصيون الحرفيون قراء الكتب وحفارو القبور أنه علم سابق على كل علم وأن كل معرفة جديدة صادرة عنه ومتضمنة فيه، فالأسلاف لم يتركوا شيئا للأخلاف، ولا جديد تحت الشمس!»[2]

ونلاحظ أن غموض هذا العنوان (تجديد الخطاب الديني) لهذه الدعوة وهو في الواقع (هدم القيم والثوابت والتصورات الإسلامية واستبدالها) أفادهم ـ فوق التعمية على مقصدهم الحقيقي ـ تورط بعض المنتسبين إلى الدعوة الإسلامية من علماء أو دعاة في الترويج لها ظنًا منهم أن المقصود هو تجديد الوسائل والأساليب، وهذا التورط أعطى

---

(1) كاتب وصحفي حداثي موغل في الحداثة متشرب العلمانية إلى النخاع .

(2) (الأهرام المصرية 2003/7/23م).

غطاءً مناسبًا لأصحاب الدعوة الأصليين من متبجحي العلمانيين، حتى وإن همش فيما بعد هؤلاء العلماء والدعاة.[1]

وفي المقابل: يتضمن مشروع خطة تطوير الخطاب الديني في مصر والدول العربية دورات تدريبية مكثفة في القاهرة وواشنطن.. حيث من المقرر أن يلتحق بدورات واشنطن ما بين 500 إلى 600 من الدعاة، وذلك بعد الانتهاء من الدورات التدريبية في مصر.. وفي هذا الإطار كانت وزارة الأوقاف قد انتهت من دورة أخرى لعدد من الدعاة بالاشتراك مع الهيئة الإنجيلية بالقاهرة.. كانت مدتها أكثر من 3 أشهر، حيث تم اختيار الدعاة بدقة متناهية للإقامة في أحد فنادق القاهرة بمشاركة عدد مماثل من القساوسة، وكان نظام الدورة يعتمد على ورش عمل بين الأئمة والقساوسة لإعداد أبحاث علمية في قضايا شتى ثم مناقشتها مع الخبراء والمفكرين الليبراليين ؛ وذلك بهدف كسر الحاجز الديني وتغيير الفكرة الذهنية عن الآخر من خلال المشاركة بين القس والخطيب، ومن ثم فإن النتيجة من هذه المشاركة ستكون في صالح الإدارة الأمريكية.. على اعتبار أنها الموجه الرئيسي لهذه الأفكار.

ومن وجهة نظر الإدارة الأمريكية فإن مثل هذه الدورات، ومن خلال مشاركة عدد من رجال الدين الكبار الذين يرفضون الإرهاب ولديهم تفسير عقلاني للدين، تسعى لترسيخ مفردات الخطاب الديني الجديد وليس موضوعاته فقط ـ خاصة ما ورد في القرآن أو السنة ـ ؛ لأنه وفق رؤيتهم فإن هذه المفردات هي التي تشكل السلوك العام والتفصيلي الذي يلتزم به الأفراد..[2]

وإذا كان وعي الأمة - أي أمة - يُقاس بقدرتها على: الاستفادة من ماضيها، واستيعاب حاضرها، واستشراف مستقبلها ؛ فإن قياس أمتنا - والحال هكذا - لن يكون

---

(1) بتصرف وزيادات من مقال للكاتب خالد أبو الفتوح مجلة البيان العدد195 يناير2004
(2) (مصطفى سليمان، جريدة الأسبوع، 2003/6/16م).

مشرفاً ؛ إذ نرى الأمة غارقة فيما حدث.. متخبطة فيما يحدث.. جاهلة بما سيحدث... وهو ما يدفعنا لطرح قضية «التغيير القادم»، على نطاق وسع، يصل الماضي بالحاضر، ويعرض في أثناء ذلك صورتين للمستقبل:

أولاهما: رُسمت بأيدي الأعداء في دهاليز المخابرات وأروقة الوزارات.

والثانية: وضعنا لمساتها الأولى، وفق رؤية إسلامية، نستمد معالمها من كتاب الله عز وجل، وسنة نبيه عليه الصلاة والسلام، مع الإقرار بأن ما يعرض للأمة في مرحلتها الآنية ؛ يستدعي تضافر جهود صفوة علماء الأمة ومفكريها ؛ للفرار من جحر الضب، والحذر من لدغة الأفعى، كما حثنا النبي عليه الصلاة والسلام.

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: " لَتَتْبَعُنَّ سَنَنَ مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ شِبْرًا شِبْرًا وَذِرَاعًا بِذِرَاعٍ حَتَّى لَوْ دَخَلُوا جُحْرَ ضَبٍّ تَبِعْتُمُوهُمْ "، قُلْنَا يَا رَسُولَ اللـه الْيَهُودُ وَالنَّصَارَى ؟!. "قَالَ: فَمَنْ ؟!!" [1].

ومن هنا انطلقت دعوة التجديد للخطاب الديني لتكون الذراع الداخلي للتحرك الخارجي ومن هنا جاء غموضها وإبهامها وعدم وضوحها المتعمد (هل هي تجديد في اللغة واللهجة، أم في المضمون ؟ وهل يمكن الفصل بين الاثنين ؟ وهل هي تغيير في المصطلح ؟ وهل لا يؤدي تغيير المصطلح إلى تغيير المفاهيم؟).

ومصطلح التغيير ـ بسبب الملابسات المذكورة أنفا ـ استُعمل جسراً ووسيلة لتمرير أفكار معينة ورؤى محددة، وتحيزات فكرية وعملية معروفة، بل استُعمل لفرض هذه الأفكار والتحيزات بشكل خفي أو جلي، كما أنه استُعمل بصورة إيجابية، في بعض الأحيان.

---

(1) البخاري (3720) ومسلم (2669).

وبالطبع؛ كانت الاستجابة لهذه التحديات مختلفة باختلاف العقائد والأفكار والرؤى والانتماءات والأفهام والعلوم، وكل فرد أو طائفة أن يأخذ قضية التغيير مستدعياً معها التاريخ والتراث والهوية ـ للقبول أو للانتقاء أو للرفض ـ؛ بحسب المشرب والمعتقد الذي ينطوي عليه، والأفكار التي يؤمن بها.

فينظر إلى مسألة التغيير من عدة جوانب:

أحدهما: علماني حداثي

فقضية التغيير سوف تكون وفق هذا النموذج ليست مجرد مطلب، بل (مذهباً) ينطوي على استيراد جاهز يُصبغ بصبغة محلية أو أقليمية أو عربية ؛ في عملية ممنهجة مكرسة ينتهي وصفها الإجمالي ويتلخص في أنها: استعارة غريبة يسعى وكلاء الغرب إلى استنباتها في الواقع الإقليمي والمحلي بأي شكل من الأشكال ؛ طمعاً منهم في تحقيق الفردوس (لتكنوقراطي) أو النعيم (الليبرالي)، أو جنة الخلد (الديمقراطية) -.. ونحو ذلك مما يتم التعبير عنه في الفلسفات والكنايات والتحليلات العلمانية بشكل أو بآخر.

الثاني: موقف المتقبل لقضية التغيير،

بل والمعتنق لمذهب (التغيير) مع شيء من التحفظ: وهو موقف العصرانيين من المسلمين، والذين يؤمنون بالإسلام ولكن بطريقة عصرانية تأتي تحت مسميات وأوصاف مختلفة؛ (العقلانية الإسلامية)، (المسلم المعاصر)، (الوسطية العصرانية)، (المحايد العصراني) إلى آخر ما هنالك.

وبالجملة ؛ فإن كثيراً من أصحاب هذا الاتجاه يتركون حيزاً واسعاً للقيم الإنسانية والأخلاقية المطلقة، بل للقيم الدينية ما دامت لا تُرى واحدية المنهج، أو تعتقد الصفاء،

أو نجاة طائفة معينة، ولديهم قابلية شديدة لـدعوة التغيير التـي يـرون فيهـا جـسراً يقـودهم إلى الـضفة الأخرى، والتي يحلمون أن تكون فيها أدوات التحضر والنهضة[1].

وهناك قاسم مشترك بين هؤلاء والـصنف الـذي قبلـه، وهـو شـغفهم بـالتغيير، وانفتـاحهم نحـوه، واستهدافهم جميعاً «المنهج»، غـير أن الـصنف الأول يـستهدف (المـنهج العـام) الإسـلام بعمومـه وشـموله وكماله، والصنف الثاني يستهدف (المنهج الخاص) منهج أهل السنة والجماعة على وجه الخصوص.

كما أن هناك فارقاً جوهرياً بـين المـوقفين، وهـو أن الأول مـنهما شـمولي كـلي عـلى الـرغم مـن أن أصحابه يعلنون بصورة دائمة أنهم لا يؤمنون بأي مطلقات أو كليات.

أما الثاني (العصراني) فهو جزئي بالنسبة إلى موقفه من الإسلام، وكلي في رغبة تغيير مفهومات مـنهج أهل السنة والجماعة وتطبيقاته.

الثالث: موقف الرافض لقضية التغيير أو المتحفظ إزاءها بشدة:

خوفاً من تبعاته وآثاره، وحذراً من مخاطره وسلبياته، وهـو موقـف فئـة صـادقة الانـتماء للـدين والأمة، حريصة على عزتها ومكانتها، ولكنها بسبب الثبات المطلق تتشبث بالقديم حتى لمجرد قدمه أحياناً، وتنفر من الجديد وخاصة في عالم الأفكار والرؤى، حتى لمجرد جدته أحياناً.

الرابع: موقف المتقبل لقضية التغيير بشروط وضوابط شرعية وعقلية ومصلحية:

وهو موقف جمهور العلماء والدعاة، وخاصة علماء الصحوة، ورجالات الثقافة والفكر والأدب وغـيرهم مـن أصـحاب التخصـصات التـي يـستند أصـحابها عـلى مبـدأ الخـصوصية العقديـة والعباديـة والفكريـة والثقافيـة والمنهجيـة والتطبيقيـة العمليـة، وهـو المبـدأ

---

(1) بتصرف من التغيير .. مطلب أم مذهب؟ مقال للدكتور . سعيد بن ناصر العامدي .

القائم على قاعدة: (الإسلام عقيدة وعبادة، وأعمال وأخلاق، وشعيرة وشريعة، ودين ودولة، ومصحف وسيف، وأصالة وحضارة).

ولعل من الممكن ذكر أهم العناصر الرئيسة المستشفة من أقوالهم وتصريحاتهم ومقالاتهم في قضية التغيير كما يلي:

1- التغيير بمفهومه القرآني يبدأ من الداخل: {إِنَّ اللهَ لا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ}[1]، تغيير المعتقدات والأفكار الفاسدة اتي تؤدي إلى دين فاسد، أو دنيا فاجرة ؛ بمعتقدات صحيحة قويمة سليمة، وتغيير المشاعر والإيرادات السلبية، وإحلال أخرى إيجابية مكانها، وتغيير المسالك والأعمال الخاطئة (دينياً أو دنيوياً)، وإيجاد البديل الصالح.

2- الدعوة إلى التغيير مطلوبة معقولة وذات مصلحة إذا صدرت من صادقي الانتماء للأمة، ولكنها ستكون متهمة ومشكوك فيها إذا جاءت متناغمة ومتعاطفة مع حملات الأعداء ووكلائهم.

3- التغيير عملية إصلاحية كبرى، ومع ذلك يجب ألا يتحول التغيير إلى مذهب معتنق وعقيدة متبعة ؛ لأن ذلك سيؤدي إلى التغييرات المطردة نوعاً وكماً، في كل شيء، وهذا يعني العدمية وعدم الثبات، وإبطال القواعد والأصول والكليات والثوابت، وهذا ما يسعى إليه الأعداء والمتأثرون بهم، أو العاملون لصالحهم، فهناك فرق بين كون التغيير مطلباً يُستدعى عند الحاجة إليه ؛ لتحقيق مصلحة أو دفع مفسدة، وكونه مذهباً يستعمل في كل آن، ويستدعى في كل حين ولكل قضية.

4- إن دعوات التغيير المصوبة نحو القضايا الثقافية والمناهج التعليمية والدينية والمسائل الشرعية ؛ أسهل تناولاً وأخف تبعة، فهي الجدار القصير الذي يمكن لكل

---

(1) [الرعد 11]

أحد أن يتسلقه، والملاحظ أن دعاة التغيير لا يذكرون شيئاً عن الأمور الأكثر سخونة والأشد عمقاً، والأقوى تأثيراً، فمناهج التعليم تخرج الإنسان الصالح والمؤمن التقي، والفاسد الشقي، كل حسب فهمه ومقدار أخذه وقناعته، ولكن المظالم العامة والانتهاكات للحقوق، والطبقية المناطقية، والعنصرية القبلية، والأسرية والفئوية، والرشوة والفساد، والواسطة وإضاعة الحقوق والمماطلة والاحتكار، والطبقية المالية المتباينة، والربا وأشباهها لا يذكرها دعاة التغيير ؛ مع أنها هي التي تدمر البلاد وتفسد العباد، وتوجد البغض والشنآن بين الراعي والرعية، وبين الرعية نفسها، وفي ذلك نصوص صريحة من كلام ربنا تعالى، وكلام نبينا محمد صلى الله عليه وسلم، ومن تجارب الأمم والشعوب والدول.

5- إن كل صاحب رأي ثاقب وعلم واسع وإطلاع جيد على نصوص الكتاب والسنة، والأخبار والحوادث التاريخية ؛ يجد أن كل غاز يتخذ ما يشاء من ذرائع للاحتلال والعدوان، فها هو العراق لم يكن لديه أسلحة دمار شامل، وها هي سوريا لا توجد فيها مناهج تعليم ترتكز على قضايا الكفر والإيمان، وعقيدة الولاء والبراء - التي يسميها بعض الجاهلين الانفصال عن الآخر - وها هي إندونيسيا لا يوجد فيها شيء من هذا، وها هو المغرب كذلك.

بل كل هذه البلدان غيرت وجهة الثقافة والتعليم من الإسلامي الصريح ؛ ليكون أشبه بالتعليم الغربي، وأخرجت المرأة من عرشها المصون، وحصنها المنيع ومكانتها الراقية ؛ لتتشبه بالغربية في العمل والاختلاط والسفر والسهر والرياضة واللعب، ومع ذلك احتُلت العراق، وسوريا تحت مطرقة التهديد، وفصلت تيمور عن إندونيسيا، والصحراء المغربية ما زالت شوكة في حلق أهل المغرب ؛ إضافة إلى سبتة ومليلية.

6- التغيير الثقافي والفكري بالطريقة الأمريكية يستهدف إيجاد «غلام أحمد ميرزا القادياني»، ومفتي الهند في عهد الاستعمار «إسماعيل بن الوجيه المراد أبادي» المشهور باللندني، نسبة إلى لندن التي عاش فيها وتزوج فيها، وكان يقال له لماذا لا

تحج فيقول: «أنا لا أعتقد في الجدران»، فجعلوه مفتياً بدل عالم السنة والحديث الشيخ «إسـماعيل بن عبد الغني الدهلوي» ([1]).

7- التغيير بالصيغة الأمريكية والعلمانية عملية شاملة بل (مذهب) متبع، ودعاة التغيير المتناغمون مع الطرح الأمريكي معروفون، ليس فيهم من يوثق بعلمه الشرعي، ولا حميته الإيمانية، ولا الفهـم الجيد ولا العلم الصحيح ولا الإدراك المتكامل، بل فـيهم مـن أهـل الأهـواء والأمـراض الفكريـة مـا يستوجب الحَجْر عليه حتى الشفاء من دائه، ونحو ذلك مـن أقـوال ومواقـف صـادرة مـن طائفـة مغموسة بالأهواء ؛ مغموسة بالإشكالات الفكريـة والعمليـة، منتـسبة إلى البلـدان الإسلامية اسـماً ورسماً، وللغرب حقيقة ومضموناً.

8 - عملية التغيير التي تدعو إليها شرائح الاستعارة الفكرية، عملية خطيرة ذات أبعاد شمولية متكاملة ـ وفق التصورات الأمريكية وليس وفق شروط محلية أو وطنية ولا دينية ـ هذه العملية قد تـتم ـ إلا أن يشاء الـلـه ـ ربما بصورة متدرجة، وسينال الوضع الـديني والتعليمـي والخـيري والمـرأة أكـبر النصيب في البداية، ثم إن تواصلت ـ في ظـل سـكوت أهـل الحـق والغـيرة عـلى الأمـة ومـصالحها ومقوماتها - فستصل إلى التخوم الخطيرة، المستهدفة أصلاً، وسينتج عن ذلك من الصراع الاجتماعي والثقافي ـ وربما المادي ـ ما لا يعلم مداه إلا الـلـه، فهـذه طبيعـة التغيـيرات العـصرانية والعلمانيـة التي تمت في بلدان عديدة من بلاد المسلمين، وما زال الجميع يكتوي بنيرانها إلى اليـوم، بـل أصـبح من يدعو للتدين ولو بصيغه الوعظية، في مقام المتهم والممنوع، والأمثلة عديدة من ديوان المأسـاة العلمانية المليء بالمآسي والقهر والظلم والعدوان.

---

(1) بشيء من التصرف لمقال الدكتور : سعيد الغامدي .

وبناءً على هذا يرى أهل العلم والإيمان أن الدخول في هذا المعترك ـ الذي أقل ما يقال فيه أنه ملتبس وغامض ـ ينطوي على أمور مشبوهة في منطلقاتها ومآلاتها، وهم يعارضون دعوات التغيير الأمريكي ومعهم حجج قوية، وشواهد صارخة، وبراهين واضحة، ويمكن للمنصف ـ حتى وإن خالفهم ـ أن يتفهم موقفهم هذا وأن يقدره، فهؤلاء الدعاة والعلماء والمثقفون المسلمون أصدق مواقف، وأكثر انتماءً للأمة وفيهم علماء الشريعة، وأهل الفتوى، وأرباب الدعوة وأهل الصلاح، وهم الأقدر على تقدير مصلحة الأمة من أولئك الذين قام بهم سوق المزايدة، وراجت بهم بضاعة المناكدة، وغرقوا في الوهم واللبس والوهن والخور.

9 - ومع ذلك فهذا الصنف لا يعارض التغيير الإيجابي النافع ؛ لأنهم يرون أنه لا يعارض (التغيير) الإصلاحي إلا جامد، ولا يقاومه إلا يابس أو يائس، أو مستفيد من الأوضاع الفاسدة، أو خائف من نتائج الإصلاح الحقيقي، والمراد هنا الإصلاح القائم على شروط الأمة وخصائصها وموقوماتها، والمتجه نحو مصالحها الحقيقية حالاً ومآلاً، وليس (مذهب التغيير) الذي يملى علينا ليتم وفق المصلحة الأمريكية، كما يمارسه الحاقدون على الثقافة الإسلامية وأدبياتها المسلكية المعبرة عنها ؛ كالأنشطة الإسلامية في المدارس، والتسجيلات الإسلامية، والمنابر الدعوية، والمدرسين الدعاة، والأنشطة غير المنهجية في المدارس. والكارهون لحجاب المرأة وعفتها وصيانتها ومكانتها.

10- أختم هنا بذكر نموذج التغيير الذي تطلبه أمريكا وترغب فيه، بل وربما تلزم به، ومعالم هذا التغيير (الأمريكي) المنهجي والشرعي والتعليمي والاجتماعي يصب لصالح اليهود أولاً وأخيراً، ولن يكون هو نهاية المطالب، ولا غاية الرضا عند هؤلاء وأولئك، فحتى لو أُعطوا ما يطلبون فلن يرضوا ولن يقبلوا ؛ لأنه لا حد للجشع اليهودي ولا سقف للمطالب الصليبية، وصدق العليم الخبير: {وَلَن تَرْضَى عَنكَ الْيَهُودُ وَلا النَّصَارَى حَتَّى تَتَّبِعَ مِلَّتَهُمْ قُلْ إِنَّ هُدَى اللَّهِ هُوَ الْهُدَى

وَلَئِنِ اتَّبَعْتَ أَهْوَاءَهُم بَعْدَ الَّذِي جَاءَكَ مِنَ الْعِلْمِ مَا لَكَ مِنَ اللَّهِ مِن وَلِيٍّ وَلا نَصِيرٍ}([1])، وقال تعالى: { قَدْ بَدَتِ الْبَغْضَاء مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ قَدْ بَيَّنَّا لَكُمُ الآيَاتِ إِن كُنتُمْ تَعْقِلُونَ}([2])، والأمر تجاوز مجرد التصريح أو إثارة ما أسمي بمفهوم الإسلام المعدل إلى الدخول في التفاصيل؛ فللإسلام المعدل ملاحق تنفيذ؛ فقد أرفقت الإدارة الأمريكية بمنهاج «الإسلام المعدل» ملاحق تنص على حذف مجموعة من الأحكام الإسلامية المتعلقة بالجهاد والحث على كراهية المشركين واليهود، وبالإضافة إلى تلك الأحكام تطالب الإدارة الأمريكية بضرورة منع تحفيظ القرآن الكريم للأطفال الصغار؛ لأن ذلك بمثابة «غسيل مخ» وفرض توجه فكري محدد لا يستطيعون تمييزه في هذه السن المبكرة»

ولكن مما يؤسف له أن عدداً من النخب الثقافية والإدارية لديها الاستعداد ـ خوفاً أو طمعاً ـ لقبول خطة التغيير كاملة أو مجزأة، وهناك من يطالب بالإسراع في ذلك تحت حجة أن لنا في اليابان وألمانيا بعد الحرب العالمية قدوة، وهؤلاء هم التفسير الواقعي لقول الله ـ تعالى ـ: {فَتَرَى الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِم مَّرَضٌ يُسَارِعُونَ فِيهِمْ يَقُولُونَ نَخْشَى أَن تُصِيبَنَا دَائِرَةٌ فَعَسَى اللَّهُ أَن يَأْتِيَ بِالْفَتْحِ أَوْ أَمْرٍ مِّنْ عِندِهِ فَيُصْبِحُوا عَلَى مَا أَسَرُّوا فِي أَنفُسِهِمْ نَادِمِينَ}[3].

ومع ذلك فلن تزيد هذه المطالب الأمة إلا قوة في دينها، ومعرفة أكثر بعدوِّها، ويقيناً بوعد الله لها، {لَن يَضُرُّوكُمْ إِلاَّ أَذًى وَإِن يُقَاتِلُوكُمْ يُوَلُّوكُمُ الأَدُبَارَ ثُمَّ لا يُنصَرُونَ}[4].

---

(1) [البقرة: 12.]
(2) (118) سورة آل عمران
(3) [المائدة: 52] .
(4) [آل عمران: 111].

{لَتُبْلَوُنَّ فِي أَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ وَلَتَسْمَعُنَّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ مِن قَبْلِكُمْ وَمِنَ الَّذِينَ أَشْرَكُوا أَذًى كَثِيرًا وَإِن تَصْبِرُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الأُمُورِ}([1]).

المبحث الثاني

ما هو التغيير المطلوب؟!!

الواقع بعدما استعرضنا هذه المقدمة التي لا بد منها لنفهم الأبعاد من وراء هذه الهجمة الشرسة على العالمين العربي والإسلامي، تبقى المسألة تحتاج إلى طرح آخر فحواه: ما هو التغيير المطلوب ؟ وبذا نعلن الرغبة في التغيير من منطلق شرعي علمي مؤصل، وإن كنا نوافق الكثيرين ممن ذهب إلى أن التغيير المطلوب ما كان له أن يبرز في هذه الآونة، ولا في مثل هذه الظروف لئلا يفهم فهماً سقيماً، وينظر إليه على أنه مجرد نتاج للضغوط الخارجية، وتنازل أمام مطالب الأعداء السادية لا عن قناعة ورغبة حقيقية!.

ولا شك أن وجهة النظر هذه معتبرة جداً، ويجب ألاّ تُغفل أو يُغفل عنها ونحن بدورنا يحدونا الأمل بالرغم من ذلك أن يُفهم الهدف من طرحنا، وأنه لله تعالى وأننا لا نبتغي أن نكون فيه مجرد أبواق تردد مزاعم أعداء هذا الدين القويم، أو أننا نريد مخالفة أهل الخير والرؤى الصائبة من أتباع ديننا العظيم.

وإذا كانت قد بذلت جهود مباركة -ولا تزال تبذل- من أجل عودة الناس إلى دينهم وعقيدتهم، وحيث حققت هذه الجهود _ بعد توفيق الله _ تلك الآثار الإيجابية التي نراها من عودة الأمة إلى الله جماعات وآحاداً، رجالاً وركباناً، فإن واجب العلماء وطلاب العلم والدعاة أن يوجهوا جل اهتمامهم لتربية هذه الجموع، ويبينوا لهم الطريق الصحيح، لئلا تغرق السفينة بمن فيها، فإن العبرة ليست (بالكم)! ولكن (بالكيف)!!.

---

(1) [آل عمران: 186].

يقول الدكتور البوطي: "فلتعلم أن المسلم الذي لا يلتزم جهد استطاعته بأحكام الإسلام، أو يلتزم ولا يكون مدفوعاً إلى ذلك طلباً لمرضاة الله تعالى وحده، لا يكون عمله في الدعوة، إن هو قام بها، إلا كمن يفتح صنابير مياه على حوض ترك مصرف المياه مفتوحاً في قعره. قد يتجمع شيء من الماء فيه، ولكنه آيل إلى الذهاب والضياع"([1]).

ثم يواصل قوله: " لقد كانت مهمة الدعوة إلى الإسلام من الفروض الكفائية، كما قال العلماء، يوم كانت المجتمعات الإسلامية، تسير قدماً في طريق الإسلام، بدفع من اتجاهها الذي وضعت نفسها فيه، دون أن يكون على الطريق أو عن يمنه أو يساره، من يتربص بها الدوائر، ويختلق لها لعقبات، ويصدها عن الوصول إلى الغاية بنيران الشهوات والأهواء.

أما اليوم، وقد جندت كل امكانات الدنيا، من مال وطاقة ونساء وفكر، في سبيل الصد عن صراط الله والوصول إلى مرضاته، فقد أصبحت مهمة الدعوة الإسلامية فرضاً من الفروض العينية، يخاطب به كل مسلم صادق مع الله في إسلامه، ولم تعد مقتصرة على ثلة من الناس، مهما بلغ شأنهم ومهما كانت أهميتهم "[2].

ونحن وإن اختلفنا مع سماحته فيم ذهب إليه، إلا إننا نوافقه في المقصود منه !.

حيث بين أن الخطب جلل والغاية كريمة فلا بد أن تبذل في سبيلها كل الطاقات والامكانات المتاحة، ويبقى أن ذلك كله مداره على الفروض الكفائية كما بين ذلك المولى تبارك وتعالى في قوله: {وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُواْ كَآفَّةً فَلَوْلاَ نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَآئِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُواْ فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُواْ قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُواْ إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ}[3].

---

(1) هكذا فلندع إلى الإسلام ،لبوطي

(2) المصدر السابق .

(3) سورة التوبة(122) .

(4) سورة يوسف108.

فضل الدعوة إلى الـلـه أهميتها:

والدعوة إلى الـلـه فضلها عظيم فهي مهمة الرسل والأنبياء، وهم أشرف الخلق وأكرمهم على الـلـه، وهم الذين اختارهم الـلـه لهداية البشر، والعلماء هم ورثة الأنبياء، وقيامهم بالدعوة أعظم تشريف لهم.. قال تعالى: {قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى الـلـه عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ الـلـه وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ}، ومن فضل الدعوة إلى الـلـه أن: [من دعا إلى هدى كان له من الأجر مثل أجور من تبعه، لا ينقص ذلك من أجورهم شيئاً. ومن دعا إلى ضلالة كان له من الإثم مثل آثام من تبعه لا ينقص ذلك من آثامهم شيئاً][1].

والدعوة إلى الـلـه هي التي من أجلها شرّف الـلـه بها أمة الإسلام جميعاً فجعلها بذلك خير أمة أخرجت للناس، لأنها حملت رسالة الـلـه إلى العالمين، وجاهدت بها كل الأمم فهم خير الناس للناس.

يقول الشيخ عبد الرحمن عبد الخالق ـ حفظة الـلـه ـ: فالمقصود والهدف الأعظم من الدعوة هو إخراج الناس من الظلمات إلى النور وإرشادهم إلى الحق حتى يأخذوا به وينجوا من النار، وينجوا من غضب الـلـه، وإخراج الكافر من ظلمة الكفر إلى النور والهدى، وإخراج الجاهل من ظلمة الجهل إلى نور العلم، والعاصي من ظلمة المعصية إلى نور اطاعة، هذا هو المقصود من الدعوة كما قال جل وعلا: {الـلـه وَلِيُّ الَّذِينَ آمَنُواْ يُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّوُرِ } [2].

---

(1) رواه مسلم.

(2) سورة البقرة(257) . أصول الدعوة إلى الـلـه .

(3) سورة البقرة(269) .

أركان الدعوة.. أو فلنقل أركان الخطاب الديني:

لقد توصلت من خلال الاستقراء والبحث، ولا أجزم أنه الكامل أو الشامل، أن الخطاب الديني يرتكز على خمس أسس رئيسة من فوقها يعلو بناء الخطاب ويشتد عوده، وتظهر فائدته، وترسخ في عقول وأفئدة الأجيال قيمه ودواعيه وهي:ـ

(أ) الخطيب، أو الداعية.

(ب) المخاطب، أو المدعو وثقافته.

(ج) وسيلة الخطاب، أو الدعوة منهاجها .

(د) نوعيه الخطاب، أو كيفيته(مراعاة المكان والزمان).

(هـ) العائد من الخطاب، أو الهدف من الدعوة.

أولاً: الخطيب أو الدعية:

هذا هو الركن الأول، والهام في هذا البناء. بدونه لا يرتفع للخطاب بناء، ولا ترسخ له أسس، وإن أهمل شأنه كنا بالخطاب كمن يحرث في الماء.

ومن هنا وجب العمل الدؤوب لإعداد العلماء والدعاة الربانيين، الذين يجمعون بين المعرفة الإسلامية، والرؤية العصرية، مع الغيرة الإيمانية والأخلاق الربانية ؛ لأن المسلمين أحوج ما يكونون اليوم إلى الداعية البصير، والعالم المتمكن، الذي إذا استقضى قضى بحق، وإذا استفتى أفتى على بينة، وإذا دعا إلى الله دعا على بصيرة.

الشروط الواجب توافرها في الخطيب الداعية

ما هي الشروط الواجب توافرها في هذا الخطيب الداعية ؟.

1. أن يكون مهموماً بدعوته، مخلصاً لها، صادقاً في قصده.

والإخلاص أمر عسير شاق على النفس، صعب عليها، يحتاج صاحبه إلى مجاهـدة عظيمـة، ويحتـاج العبد معه إلى مراقبة للخطرات والحركات، والواردات التي ترد على قلبـه، فيحتـاج إلى كـثرة تـضرع لله عـز وجل.

يقول أويس القرني رحمه اللـه[1]:'إذا قمت فادعو اللـه يصلح لك قلبك ونيتك، فلـن تعـالج شـيئاً أشد عليك منهما'.

ومن الأمور الدالة على أهمية الإخلاص، وعظيم منزلته: أنه حقيقة الإسلام الـذي بعـث اللــه عـز وجل به المرسلين عليهم الصلاة والسلام: كما ذكر الشيخ تقي ابن تيمية (رحمه اللـه)، فقـال: ' إذ الإسـلام هو الاستسلام لله لا غيره كما قال اللـه تعالى:

﴿ ضَرَبَ اللـه مَثَلًا رَجُلًا فِيهِ شُرَكَاءُ مُتَشَاكِسُونَ وَرَجُلًا سَلَمًا لِرَجُلٍ هَلْ يَسْتَوِيَانِ مَثَلًا.... ﴾ [2]. يقول: فمن لم يستسلم لله ؛ فقد استكبر، ومن استسلم لله ولغيره ؛ فقد أشرك، وكل من الكبر والشرك ضـد الإسـلام والإسلام ضد الشرك والكبر'([3]).

ويستلزم إخلاص النية لله في الدعوة وفي كل طاعة وقربـة، فـلا يـدعو لطلـب جـاه ولا محمدة، ومتى دخل شيء من هذه الشوائب النيـة خـرج الإخـلاص المـشروط لقبـول العمـل، ومتـى حـصل الـصدق في القـصد وتحقـق الإخـلاص ؛ أثمـر ذلـك عزيمـة صـادقة

---

(1) أويس القرني هو القدوة الزاهد سيد التابعين في زمانه أبو عمرو أويس بـن عـامر بـن جـزء بـن مالـك القرني المـرادي اليماني ......سير أعلام النبلاء للذهبي ج4 ص19 ط مؤسسة الرسالة بيروت

(2) سورة الزمر[29].

(3) مجموع الفتاوى 14/10

وإرادة ماضية، فلا يتوانى الداعي الصادق عن المضي في إيصال الحق والخير للناس يبتغي بذلك وجه الله والدار الآخرة، يتعلم ويعلم، ويتوخى الحق أينما كان ([1]).

الإخلاص في الكتاب والسنة:

تارة: يأمر الله عز وجل به، كقوله:﴿ فَادْعُوهُ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ...﴾ ([2]).

وتارة: يخبر أنه دعاء الله لخلقه:﴿ وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا الله مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ...﴾([3]).

وتارة: يخبر أن الجنة لا تصلح إلا لأهله، كما قال:﴿ إِلَّا عِبَادَ الله الْمُخْلَصِينَ * أُولَئِكَ لَهُمْ رِزْقٌ مَعْلُومٌ * فَوَاكِهُ وَهُمْ مُكْرَمُونَ * فِي جَنَّاتِ النَّعِيمِ﴾ ([4]).

وتارة: يخبرنا بمواضع أنه لن ينجو من شَرِكِ إبليس إلا من كان مُخلِصاً لله عز وجل، كما قال:﴿ إِلَّا عِبَادَكَ مِنْهُمُ الْمُخْلَصِينَ﴾([5]) . بعدما توعد أنه سيضل الخلق أجمعين، ويستهويهم بوساوسه وخواطره، وإضلاله وتزيينه.

وأما ما ورد في السنة فكثير، ومن ذلك:

ما جاء عَنْ أَبِي أُمَامَةَ الْبَاهِلِيِّ ﷺ قَالَ جَاءَ رَجُلٌ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى الله عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ: أَرَأَيْتَ رَجُلًا غَزَا يَلْتَمِسُ الْأَجْرَ وَالذِّكْرَ ـ يعني يريد الأجر من الله عز وجل، ويريد أن يُذكر يقال: فلان مجاهد – مَالَهُ ؟. فَقَالَ رَسُولُ الله صَلَّى الله عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: [لَا شَيْءَ

([1]) 'صفات الدعاة' للدكتور/ عبد الرب بن نواب الدين

([2]) [سورة غافر] [65] .

([3]) [سورة البينة] [5] .

([4])[سورة الصافات] [40] [41] [42] [43] .

([5])[سورة الحجر] [40].

لَهُ] فَأَعَادَهَا ثَلَاثَ مَرَّاتٍ يَقُولُ لَهُ رَسُولُ اللـه صَلَّى اللـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: [لَا شَيْءَ لَهُ] ثُمَّ قَالَ: [إِنَّ اللـه لَا يَقْبَلُ مِنْ الْعَمَلِ إِلَّا مَا كَانَ لَهُ خَالِصًا وَابْتُغِيَ بِهِ وَجْهُهُ][1].

وجاء من حديث أَبِي هُرَيْرَةَ ﷺ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللـه صَلَّى اللـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: [قَالَ اللـه تَبَارَكَ وَتَعَالَى أَنَا أَغْنَى الشُّرَكَاءِ عَنْ الشِّرْكِ مَنْ عَمِلَ عَمَلًا أَشْرَكَ فِيهِ مَعِي غَيْرِي تَرَكْتُهُ وَشِرْكَهُ] [2].

فالأعمال التي تختلط فيها الإرادات، ويتلفت صاحبها يمنة ويسرة يريد ما عند اللـه، ويريد ما عند المخلوقين ؛ هذه اللـه غني عنها، ولا يعبأ بها، ولا يقيم لها وزنًا.

وجاء من حديث أَبِي هُرَيْرَةَ ﷺ مرفوعاً إلى النبي صلى اللـه عليه وسلم ما يبين أن محل نظر اللـه عز وجل إلى قلب العبد، وهو محل الإخلاص، والقصد والنية، كما في قوله عليه الصلاة والسلام: [إِنَّ اللـه لَا يَنْظُرُ إِلَى صُوَرِكُمْ وَأَمْوَالِكُمْ وَلَكِنْ يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ وَأَعْمَالِكُمْ] وفي لفظ: [إِنَّ اللـه لَا يَنْظُرُ إِلَى أَجْسَادِكُمْ وَلَا إِلَى صُوَرِكُمْ]([3]).

وحديث: [إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ...] ([4]). شاهد واضح في الدلالة على هذا المعنى، ونحن لو أردنا أن نستقصي الآيات والأحاديث التي تدل على أهمية الإخلاص، ومنزلته، وعظيم أثره ؛ لما كفى لاستيعابها هذه الأطروحة، ويكفي من القلادة ما أحاط بالعنق ([5]).

---

(1) رواه النسائي برقم 3089 وهو حديث حسن الإسناد .
(2) رواه مسلم برقم 2985
(3) رواه مسلم برقم 2564.
(4) رواه البخاري برقم (1)، ومسلم برقم 1907 .
(5) جزء من محاضرة للشيخ / خالد السبت عنوانها أعمال القلوب بشيء من التصرف والزيادات .

2. من شروط الخطيب الداعية أن يكون حكيماً عليماً حليماً.

أولاً: الحكمة:

نستطيع القول أن الدعوة حتى تكون مؤثرة ومثمرة لابد أن تكون بحكمة، أسأل اللـه أن يحسن لنا المقاصد والنيات، وأن يوفقنا للحكمة في أقوالنا وأفعالنا، ونياتنا، إنه نعم المولى ونعم النصير. ولما للحكمة من مكانة عظيمة من الكتاب والسنة، ولحاجة الأمة حاضراً ومستقبلاً إليها في كل شؤونها، فكان حتماً ولا بد أن نعرض لها توضيحاً وتفصيلاً، مستندين في ذلك إلى الكتاب والسنة، وآراء السلف الصالح.

قال اللـه - جل وعلا -: {يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَن يَشَاء وَمَن يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلاَّ أُوْلُواْ الأَلْبَابِ}. وقال ـ سبحانه ـ {ادْعُ إِلِى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ}.

قالوا في الحكمة: إتقان العلم والعمل، وبعبارة أخرى: معرفة الحق والعمل به.

وفسرت الحكمة بأنها معرفة حقائق الأشياء على ما هي عليه بما تبلغه الطاقة، أي: بحيث لا تلتبس الحقائق المتشابهة بعضها مع بعض، ولا يغلط في العلل والأسباب

وقال صاحب مختار الصحاح: "وصاحب الحكمة والحكيم المتقن للأمور"([1])

وقال ابن منظور:" وقيل: الحَكِيمُ ذو الحِكمة، والحِكْمَةُ عبارة عن معرفة أفضل الأَشياء بأَفضل العلوم. ويقال لمَنْ يُحْسِنُ دقائق الصِّناعات ويُتقنها: حَكِيمٌ"([2]).

---

(1) مختار الصحاح ص62

(2) لسان العرب ج12 ص140 .

وقال الطبري: "ليست بالنبوة ولكنه القرآن والعلم والفقه، وقال آخرون معنى الحكمـة الإصـابة في القول والفعل" ([1]).

وقال ابن كثير:

قال إبراهيم النخعي: الحكمة: الفهم.

وقال السدي: الحكمة النبوة.

وقال أبو مالك: الحكمة: السنة.

وقال زيد بن أسلم: الحكمة: العقل.

والصحيح أن الحكمة ـ كما قالـه الجمهـور ـ لا تخـتص بـالنبوة، بـل هـي أعـم، وأعلاهـا النبـوة، والرسالة أخص، ولكن لأتباع الأنبياء حظ من الخير على سبيل التبع، كما جاء في بعض الأحاديث ([2]).

وقال الألوسي: "إن فيها تسعة وعشرين قولاً لأهل العلم، قريب بعـضها مـن بعـض، وعـد بعـضهم الأكثر منها اصطلاحاً واقتصاراً على ما رآه القائل فرداً مهماً مـن الحكمـة، وإلا فهـي في الأصـل: مـصدر مـن الإحكام، وهو الإتقان في علم أو عمل أو قول أو فيها كلها"([3])

يقول الدكتور ناصر العمر ـ حفظة اللـه ـ " ونـستطيع أن نقـول: إن المفـسرين فـسروا الحكمـة بتفسيرين: الأول: النبوة.

---

(1) جامع البيان عن تأويل أي القرآن ج3 ص90 ط دار الفكر .

(2) تفسير ابن كثير ج1 ص323 ط دار الفكر بيروت.

(3) روح المعاني ج1 ص41

الثاني: العلم والإتقان، والتوفيق، والبصيرة، والعمل الصائب، ومنع الظلم، ووضع الشيء في موضعه، وكلها معان متقاربة "([1]).

أما في السنة فقد وردت الحكمة عن ابن عباس - رضي اللــه عنهما- قَالَ: ضَمَّنِي النَّبِيُّ صَلَّى اللــه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِلَى صَدْرِهِ وَقَالَ اللــهمَّ عَلِّمْهُ الْحِكْمَةَ ([2]).

قال البخاري: الحكمة: الإصابة في غير النبوة.

وقال ابن حجر: واختلف المراد بالحكمة هنا:

فقيل: الإصابة في القول.

وقيل: الفهم عن اللـه.

وقيل: ما يشهد العقل بصحته.

وقيل: نور يفرق به بين الإلهام والوسواس.

وقيل: سرعة الجواب بالصواب.

ومنهم من فسر الحكمة هنا بالقرآن [3].

- وعن عبد اللـه رضي اللـه عنه قال: قال رسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم :"لا حسد إلا في اثنتين، رجل آتاه اللـه مالاً فسلطه على هلكته في الحق، وآخر آتاه اللـه حكمة فهو يقضي بها ويعلمها" [4].

والحكمة هنا فسرت بالقرآن، كما وردت في حديث آخر. [1]

---

(1) الحكمة في الدعوة إلى اللـه .

(2) رواه البحاري برقم6 5 37.

(3)-انظر: فتح الباري 100/7 والحكمة في الدعوة إلى اللـه ص 23.

(4)- البخاري (73)، ومسلم (816).

يقول الدكتور ناصر العمر ـ حفظه الله ـ " هناك عدة تعريفات أخرى للحكمة وهي لا تخرج عن معنى التعريفات السابقة، ولكن ذكرها يزيد الأمر وضوحا، ومن ذلك:

1- قيل: هي وضع الشيء في موضعه [2].

2- وقال ابن القيم: وأحسن ما قيل في الحكمة قول مجاهد ومالك، إنها: معرفة الحق والعمل به، والإصابة في القول والعمل، وهذا لا يكون إلا بفهم القرآن، والفقه في شرائع الإسلام، وحقائق الإيمان [3].

3- وقال رشيد رضا: الحكمة: العلم الصحيح، الذي يبعث الإرادة إلى العمل النافع الذي هو الخير [4].

4- قال الرازي: حكم الحكمة والعقل، هو الحكم الصادق المبرأ من الزيغ والخلل، وحكم الحسن والشهوة والنفس توقع الإنسان في البلاء والمحنة " [5][6].

ثانياً: العلم:

يقول تعالى: { قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُوْلُوا الْأَلْبَابِ}، ويقول تعالى: {قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللـه عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَاْ وَمَنِ اتَّبَعَنِي

---

(1) انظر: فتح الباري 167/1.
(2) معجم لغة الفقهاء ص 184، والحكمة في الدعوة إلى اللـه ص 29.
(3) التفسير القيم ص 226.
(4) -المنار 77/3.
(5) -تفسير الرازي 67/7.
(6) الحكمة لناصر العمر .

وَسُبْحَانَ اللـه وَمَا أَنَاْ مِنَ الْمُشْرِكِينَ}([1]). وقال تبارك وتعالى: { وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ}([2]).

أما السنة فعَنْ عَامِرِ بْنِ وَاثِلَةَ أَنَّ نَافِعَ بْنَ عَبْدِ الْحَارِثِ لَقِيَ عُمَرَ بِعُسْفَانَ وَكَانَ عُمَرُ يَسْتَعْمِلُهُ عَلَى مَكَّةَ فَقَالَ مَنْ اسْتَعْمَلْتَ عَلَى أَهْلِ الْوَادِي ؟. فَقَالَ: ابْنَ أَبْزَى.قَالَ:وَمَنْ ابْنُ أَبْزَى ؟!. قَالَ: مَوْلًى مِنْ مَوَالِينَا.قَالَ: فَاسْتَخْلَفْتَ عَلَيْهِمْ مَوْلًى ؟!. قَالَ إِنَّهُ قَارِئٌ لِكِتَابِ اللـه عَزَّ وَجَلَّ، وَإِنَّهُ عَالِمٌ بِالْفَرَائِضِ قَالَ عُمَرُ: أَمَا إِنَّ نَبِيَّكُمْ صَلَّى اللـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَدْ قَالَ: [إِنَّ اللـه يَرْفَعُ بِهَذَا الْكِتَابِ أَقْوَامًا وَيَضَعُ بِهِ آخَرِينَ] ([3]).

ـ وعَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ ـ رضي اللـه عنهما ـ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللـه صَلَّى اللـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: [فَقِيهٌ أَشَدُّ عَلَى الشَّيْطَانِ مِنْ أَلْفِ عَابِدٍ]([4]).

ـ وعن أَبِي الدَّرْدَاءِ ـ رضي اللـه عنه ـ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللـه صَلَّى اللـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : [... إِنَّ الْعُلَمَاءَ وَرَثَةُ الْأَنْبِيَاءِ إِنَّ الْأَنْبِيَاءَ لَمْ يُوَرِّثُوا دِينَارًا وَلَا دِرْهَمًا إِنَّمَا وَرَّثُوا الْعِلْمَ فَمَنْ أَخَذَ بِهِ أَخَذَ بِحَظٍّ وَافِرٍ] ([5]).

والواقع إننا لو استرسلنا في الأدلة لما وسعنا المقام ولكن يكفي ما أشرنا إليه، والخطيب الداعية لابد أن يجمع مع العلم ثقافة واسعة في جميع المجالات، وهي: الثقافة الدينية، واللغوية، والتاريخية، والإنسانية، والعلمية، وأن يكون كذلك على دراية بما يدور من حوله من أحداث التي يطلق عليها البعض فقه الواقع، أو(الثقافة الواقعية)، بشرط ألا يطغى هذا الجانب على غيره من الجوانب، ولا يكون عاجزاً في المسائل الشرعية أو

---

(1) سورة يوسف(108).
(2) سورة العنكبوت(43) .
(3) رواه مسلم برقم : 817 ر
(4) أخرجه الترمذي، وابن ماجة بإسناد جيد .
(5) جزء من حديث، أخرجه أبو داود، والترمذي، وابن ما جة، والإمام أحمد في مسنده .

الدينية، بينما هو أستاذ في جانب الواقع فهذا منفصل عن واقعه وإن كان يعيش فيه ؛ لأن المعرفة الواقعية التي لا يضبطها شرع ولا يحدها دين تكون أحياناً وبالاً، ومصيبة على صاحبها!.

ومن الأشياء التي أعجبتني "وأنا بصدد هذه الرسالة " أطروحة لفضيلة الدكتور ناصر العمر ـ حفظة الله ـ بعنوان "فقه الواقع "، وجدتها شافية وكافيه، واقتطعت منها مايلي: ـ " فقه الواقع : هو علم يبحث في فقه الأحوال المعاصرة، من العوامل المؤثرة في المجتمعات، والقوى المهيمنة على الدول، والأفكار الموجهة لزعزعة العقيدة، والسبل المشروعة لحماية الأمة ورقيها في الحاضر والمستقبل " ([1]).

ثم يستطرد قائلاً: " فهذا العلم يحتاج إلى قدرة فائقة على المتابعة، والبحث في كل جديد، فهو يختلف عن كثير من العلوم، لذا يلزم المتخصص أن يكون لديه دأب لا يكل في متابعة الأحداث، ودراسة أحوال الأمم والشعوب، فلو انقطع عنه فترة من الزمن أثر على تحصيله، وقدرته في فهم مجريات الأحداث وتقويمها. فهو أشبه بالطبيب الذي يلزمه أن يتابع كل جديد في مهنته، فلو أن طبيبا تخرج في الجامعة منذ عشر سنوات، بقي يعالج الناس من خلال دراسته الماضية، دون النظر لما استجد من مخترعات في وسائل العلاج، وما اكتشف من أدوية، لأصبح طبيبا متخلفا عن الركب، فجديد اليوم يصبح قديما في الغد وهكذا.

ولا أبالغ إذا قلت: إن الذي ينقطع عن متابعة الأحداث بضعة أشهر يحتاج إلى فترة مكثفة ليتمكن من ملاحقة الأحداث من جديد، وبخاصة في عصرنا الحاضر، الذي أصبح فيه العالم كقرية، ما يقع في شرقه يؤثر يوميا في غربه، وإذا وقع حادث ذو بال في

---

(1) رسالة في فقه الواقع لناصر العمر .

أمريكا أثر على أسواق اليابان في اليوم نفسه، وارتفاع الأسهم في (وول ستريت) بلندن، يؤثر على قيمة الفول في البرازيل " ([1]).

الآثار الإيجابية لفقه الواقع:

قال الدكتور ناصر العمر ـ حفظة اللـه ـ: " هناك آثار إيجابية عظيمة لفقه الواقع، فمن الخطأ تصور القضية مجرد مزيد من الثقافة، أو إشباع غريزة حب الاستطلاع، فالموضوع أهم من ذلك وأخطر، بل لا أعدو الحقيقة إذا قلت: إن مستقبل الأمة قد يتوقف على مدى فقه الواقع والتعامل معه، فقد تتخذ مواقف مصيرية - لم تبن على أسس علمية - تؤدي بحياة الأمة إلى مهاوي الردى، وكم من موقف اتخذ في حياة أمتنا المعاصرة، لم يستمد من شريعتنا أذاقنا الذل والهوان " ([2]).

ثم يسرد هذه الآثار بشكل يصلح لموضوعنا تماماً فيقول: من آثار فقه الواقع:

- إحكام الفتوى وإتقانها.
- الدعوة إلى اللـه بحكمة وعلى بصيرة.
- الوصول إلى النتائج السليمة واتخاذ المواقف الصحيحة.
- التربية الشاملة المتكاملة.
- بعد النظر وحسن التخطيط.
- إبطال كيد الأعداء، وفضح خططهم.
- حماية العلماء.
- الشعور بالمسئولية والتغلب على المعوقات.

وبعدما جمعت كل ما ذكره ـ حفظه اللـه ـ إجمالاً سأعرض له بشيء من التفصيل.

---

(1) المصدر السابق

(2) المصدر السابق

◀ إحكام الفتوى وإتقانها.

أشار ابن القيم -رحمه الـلـه- إلى أهمية فقه الواقع للمفتي، (1) والحكم على الشيء فرع عن تصوره، كما قرر العلماء.

والمفتي يجب أن يعنى بهذه المسألة عناية خاصة، وبالذات في الفتاوى المتعلقة بالمسائل المستجدة المعاصرة، ولذا نجد عدم ثقة كثير من الناس في بعض الفتاوى الصادرة من بعض طلاب العلم، لأنها لم تبن على فقه دقيق للواقع المعاصر.

بينما نجد أن الفتاوى التي تصدر من علمائنا مبنية على تصور تام للأوضاع الجارية، وفقه عميق للمستجدات، تكتسب أهمية قصوى، ولا تدع مجالا لطاعن أو مخالف.

ولذا فإن الفتوى تحتاج - في كثير المسائل - إلى فقه الأصول، وفقه الفروع، وفقه الواقع، وإذا اختل ركن من هذه الأركان تداعت الفتوى، وانهدّ جانبها.

ولا شك أن الفتوى إذا كانت محكمة ومتقنة لها أثر إيجابي في حياة الأمة حاضرا ومستقبلا، ولن يتم ذلك إلا باستكمال شروط الفتوى التي حددها العلماء، ومنها اكتمال التصور عن المسألة، وهو فقه الواقع في المسائل المعاصرة.

◀ الدعوة إلى الـلـه بحكمة وعلى بصيرة

من الملفت للنظر في عصرنا الحاضر وقوع بعض الجماعات الإسلامية والدعاة إلى الـلـه في أخطاء أساسية في منهجهم، وأسلوب دعوتهم.

وإذا تأملنا في أسباب ذلك نلمس أن أغلب هؤلاء على صنفين:

---

(1) انظر كتاب إعلام الموقعين عن رب العالمين.

إما دعاة لديهم إدراك لواقعهم، ولكنه لم يبن على أصول شرعية متكاملة، نظرا لتقصير هؤلاء الدعاة في بناء دعوتهم على منهج أهل السنة والجماعة، فوقعوا في أخطاء فادحة، دفع أتباعهم ثمنها غاليا، ولم يحققوا أهدافهم التي أعلنوها، وهي إقامة حكم الله في الأرض، نظرا للخلل في المنهج.

وآخرون لديهم علم شرعي، ومنهجهم سليم في الجملة، ولكنهم لا يفقهون الواقع، ولا يتعاملون مع المرحلة التي يعيشونها، فتخبطوا في أسلوب دعوتهم، وتعجلوا الشيء قبل أوانه، ولا يفرقون بين المنهج والأسلوب، وإن كان الأسلوب فرعا عن المنهج، فكانت النتيجة سلبية، وذات أثر محدود.

ومن أجل التخلص من هذه السلبيات والأخطاء، لا بد أن تكون الدعوة إلى الله مبينة على أسس شرعية، مستمدة من الكتاب والسنة وفقه سلف الأمة، ومن ذلك فقه الواقع، وبهذا نجنب الدعوة وأتباعها المزالق والمخاطر والانحراف، ونحقق قول ربنا (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ)[1].

◄ الوصول إلى النتائج السليمة واتخاذ المواقف الصحيحة.

المواقف التي لا تبنى على النتائج السليمة المستمدة من المقومات الصحيحة، آثارها خطيرة على الفرد والمجتمع، والمجتمع الإسلامي يتخبط في مواقفه منذ سنوات طويلة ولا يزال، ومن أسباب هذا التخبط المقدمات التي بنيت عليها هذه المواقف، فأكثرها مواقف انفعالية أو وقتية، تفتقر إلى الدراسة والتحليل، وأحيانا تكون مبنية على دراسة قاصرة، تكون نتائجها غير سليمة، فيتخذ القرار الخاطئ.

---

(1) سورة النحل آية. 125.

وفقه الواقع يحول دون الفوضى والتخبط، ويصبح لدى من يملك القرار تصورا متكاملا عن القضية، مما يمكنه من اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب، دون قصور أو ارتجال.

◄ التربية الشاملة المتكاملة.

مما يلحظ على كثير من الجماعات لمعاصرة عدم شموليتها واهتماماتها الجزئية، فهذه جماعة تعني بالتربية الروحية، وأخرى بالتربية الفكرية، وثالثة تربي أفرادها تربية عسكرية، والرابعة تعني بالتربية الإسلامية السياسية، وهلم جرا.

وقد تأملت في أسباب ذلك فأتضح لي أن أهم سبب لهذا الواقع: تصور كل جماعة أن الخلل في الأمة سببه قصورها في هذا الجانب دون غيره، فجعلت هدفها الأساسي: استكمال هذا النقص وسد الخلل، وكما ذكرت في الأثر الثالث: ما بني على مقدمة خاطئة فنتيجته خاطئة.

والمتأمل لواقع الأمة الإسلامية المعاصرة يدرك أن سبب تأخر أمتنا وتخلفها ناتج من عوامل عدة: روحية، وعلمية، وسياسية، وجهادية، وعقدية، واقتصادية، وهذا التصور الشمولي للواقع يجعل الدعاة يرسمون منهج دعوتهم بشمولية متكاملة، بعيدا عن التجزئة والفردية.

وهكذا كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يربي صحابته، ويبني المجتمع المسلم، مجتمعا متكاملا، بعيدا عن روحية الصوفية، وسياسة العلمانيين: (الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الإسلام دِيناً)[1].

◄ بعد النظر وحسن التخطيط.

إن أمتنا بأمس الحاجة إلى التخطيط الدقيق، الذي يبني مجدها، ويقيها - بإذن الله -

---

(1) سورة المائدة آية. 3.

مصارع السوء، وكل تخطيط لا يبنى على فهم عميق لمجريات الأحداث، وتصور متكامل للواقع في جميع جوانبه، سيكون تخبطا لا تخطيطا.

والأوضاع التي مرت بها بلاد المسلمين، والمحن التي نعيشها كشفت عن تأخرنا عن أعدائنا في كثير من أمورنا، حتى أصبحنا عالة عليهم في كثير من شئون حياتنا.

وفي الوقت الذي يخطط فيه أعداؤنا لما بعد مائة سنة أو تزيد، نجد الفشل الذريع في تخطيط المسلمين لعشر سنوات أو أقل من ذلك.

وفقه الواقع في جوانبه المتعددة يعطي تكاملا في الرؤية، وبعدا في النظر، وهي من بدهيات التخطيط الدقيق لمستقبل الأمة، وتطلعات الأجيال.

وهذا التخطيط يشمل جميع مناحي الحياة: الدعوية، والعلمية، والاقتصادية، والعسكرية، وغيرها، حتى نكون كما أراد لنا ربنا (كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ)[1]، أمة قوية البنيان مرهوبة الجانب، تخضع لها الأمم والممالك، وتذل لها الجبابرة والملوك (وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ)[2].

وبهذا نحمي المسلمين، ونوجد المهابة لهم في نفوس أعدائهم، كما قال المصطفى صلى الله عليه وسلم " نصرت بالرعب مسيرة شهر " [3] وصدق الله العظيم: (تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لا تَعْلَمُونَهُمُ اللهُ يَعْلَمُهُمْ)[4].

◄ إبطال كيد الأعداء، وفضح خططهم.

لقد فضح القرآن الكريم خطط المشركين (إِنَّهُمْ يَكِيدُونَ كَيْداً وَأَكِيدُ كَيْداً فَمَهِّلِ

---

(1) سورة آل عمران آية: 110

(2) سورة المنافقون آية: 8.

(3) صحيح الجامع 240/1 رقم 1056.

(4) سورة الأنفال آية. 60

الْكَافِرِينَ أَمْهِلْهُمْ رُوَيْداً)[1]. وكشف عن مكائد اليهود والنصارى (وَلَنْ تَرْضَى عَنْكَ الْيَهُودُ وَلا النَّصَارَى حَتَّى تَتَّبِعَ مِلَّتَهُمْ)[2]. (وَإِذَا لَقُوا الَّذِينَ آمَنُوا قَالُوا آمَنَّا وَإِذَا خَلا بَعْضُهُمْ إِلَى بَعْضٍ قَالُوا أَتُحَدِّثُونَهُمْ بِمَا فَتَحَ اللَّهُ عَلَيْكُمْ لِيُحَاجُّوكُمْ بِهِ عِنْدَ رَبِّكُمْ)[3].

وأماط اللثام عن دسائس المنافقين: (يُخَادِعُونَ اللَّهَ وَهُوَ خَادِعُهُمْ)[4]. (وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ أَلا إِنَّهُمْ هُمُ الْمُفْسِدُونَ وَلَكِنْ لا يَشْعُرُونَ)[5].

ومن ثمرات فقه الواقع كشف سبل المجرمين بشتى أشكالهم وأنواعهم، وكشف خططهم مؤذن بإبطال كيدهم، ورد تدبيرهم إلى نحورهم، والعناية بهذا الجانب حماية للمسلمين، ورد لكيد الظالمين (وَكَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ وَلِتَسْتَبِينَ سَبِيلُ الْمُجْرِمِينَ)[6].

◄ حماية العلماء.

وفقه الواقع حماية للعلماء من وجهين:

1- فالعلمانيون يكيدون لعلماء الأمة، ويسعون لتشويه صورتهم أمام العامة، بما يثيرونه من قضايا، وما يطرحونه من خلافات في مسائل علمية، مما يظهر أمام العامة وكأنه تناقض في الفتوى، وضعف في العلم، وهم يراهنون على إبعاد العامة عن علماء الأمة، لأنهم يدركون أن العلماء هم السد المنيع ضد مؤامراتهم

---

(1) سورة الطارق آية: 15-17.
(2) سورة البقرة آية: 120.
(3) سورة البقرة آية: 76.
(4) سورة النساء آية 142
(5) سورة البقرة آية 11-12.
(6)- سورة الأنعام آية: 55.

ومخططاتهم، فإذا ظفروا بالعامة كسبوا الرهان، ففقه الواقع كشف لهؤلاء، وفضح لمآربهم، وحماية بالتالي لعلماء الإسلام ودرع الأمة.

2- وفقه الواقع حماية للعلماء من الخاصة، فعندما تكون الفتوى مبنية عى تصور للواقع، وعلم بفروع المسألة وأصولها، لا يدع مجالا لطاعن أو مخالف، مما يكسب الفتوى احترامها وقوتها، وتتلقى بالقبول من لدن طلاب العلم والعامة، وهذا ولا شك يقوي صلة طلاب العلم بعلمائهم، ويقطع الطريق على من يستغل الأخطاء والعثرات لإبعاد شباب الأمة عن علمائها، وبهذا نحمي جانب العلماء، ونزيد من مكانتهم في نفوس العامة والخاصة، لتكون لهم الريادة والقيادة العلمية في توجيه الأمة، وتبصيرها في شئون دينها ودنياها، كما كانوا - وسيظلون بإذن الله - على مر الأجيال وتعاقب العصور.

◄ الشعور بالمسئولية والتغلب على المعوقات.

عندما نغفل عن واقعنا، ونكتفي بتلمس ظواهر الأمور دونما إدراك لحقائقها، قد نغفل عما يكاد لهذه الأمة ويحاك لها، وبالتالي سننشغل عن العمل الإيجابي الجاد، وقد ينصرف طالب العلم إلى أمور جانبية ظنا منه أن الأمور تسير على خير، وأن ليس هناك ما يكدر صفوها، أو يهدد كيان الأمة ومستقبلها.

ولكن عندما نفقه الواقع على حقيقته، دون إفراط أو تفريط، سندرك جهود الأعداء في الداخل والخارج لضرب الأمة في أعز ما تملكه، وهو دينها، وهنا نكون على مستوى المسئولية، وتزول الغشاوة التي تضعف رؤيتنا، وتنتهي المعاذير التي يرددها كثير من الناس، بدعوى أن الأمور بخير، وأننا أحسن من غيرنا، ونحن -ولا شك- بحمد الله وفضله أحسن من غيرنا، ولكن استمرار هذا القول، دون عمل أي جهد للمحافظة على

هذا "الخير" و"الحسن" قد يؤدي إلى فقدانه وزواله (لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ)[1].

وفقه الواقع بالتالي عامل مساعد للتغلب على المعوقات التي تواجهنا عندما نقوم بما أوجب الله علينا، فإدراكنا لقوله تعالى: (الم أَحَسِبَ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لا يُفْتَنُونَ)[2]، وفقهنا لقوله تعالى: (أَمْ حَسِبْتُمْ أَنْ تُتْرَكُوا وَلَمَّا يَعْلَمِ الله الَّذِينَ جَاهَدُوا مِنْكُمْ)[3]. ومعرفتنا بما لاقاه رسول الله صلى الله عليه وسلم وصحابته الكرام من عقبات في طريق دعوتهم، كل ذلك سيزيد من إيماننا بأن العاقبة للمتقين، مهما طال الطريق وتعددت المعوقات.

وفي الوقت نفسه ففقهنا لما عليه أعداؤنا، وما يكابدونه من مشاق في تحقيق أهدافهم الباطلة ومآربهم الخبيثة، يزيد من تحملنا في سبيل أهدافنا السامية، وغاياتنا النبيلة (إِنْ يَمْسَسْكُمْ قَرْحٌ فَقَدْ مَسَّ الْقَوْمَ قَرْحٌ مِثْلُهُ وَتِلْكَ الْأَيَّامُ نُدَاوِلُهَا بَيْنَ النَّاسِ)[4]. (وَتَرْجُونَ مِنَ الله مَا لا يَرْجُونَ)[5] وبهذا تتحول امشاق والعقبات إلى لذة تتنعم بها، بدل العنت والشقاء، كما تلذذ أسلافنا بالجهاد في سبيل الله، وبهذا نكون أو لا نكون([6]).

ثالثاً: الحلم.

لين الجانب (الحلم): يجب على الخطيب الداعية أن تتوفر فيه الطبيعة الرحيمة، الهينة، اللينة، المعدة لأن تتجمع عليها القلوب، وتتألف حولها النفوس، فالناس في حاجة

---

(1) سورة إبراهيم آية: 7.
(2) سورة العنكبوت آية: 1-2.
(3) سورة التوبة آية: 16
(4) -سورة آل عمران آية: 140.
(5) سورة النساء آية: 104
(6) من رسالة (فقه الواقع) للدكتور / ناصر العمر مع بعض التصرف .

إلى كنف رحيم، وإلى رعاية فائقة، وإلى بشاشة سمحة، وإلى ودّ يسعهم، وحلم لا يضيق بجهلهم، وضعفهم ونقصهم.. في حاجة إلى قلب كبير يعطيهم ولا يحتاج منهم إلى عطاء، ويحمل همومهم، ويجدون عنده دائمًا الاهتمام، والعطف والسماحة، والود.

يقول تعالى: {فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللـه لِنتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لاَنفَضُّواْ مِنْ حَوْلِكَ } ([1]). ويقول تعالى: {لَقَدْ جَاءكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُم بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُوفٌ رَّحِيمٌ}([2]).

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ ـ رضي اللـه عنهما ـ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: [لِأَشَجِّ عَبْدِ الْقَيْسِ إِنَّ فِيكَ خَصْلَتَيْنِ يُحِبُّهُمَا اللـه الْحِلْمُ وَالْأَنَاةُ] ([3]).

عَنْ سَهْلِ بْنِ مُعَاذِ بْنِ أَنَسٍ عَنْ أَبِيهِ ـ رضي اللـه عنه ـ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: [مَنْ كَظَمَ غَيْظًا وَهُوَ يَقْدِرُ عَلَى أَنْ يُنَفِّذَهُ دَعَاهُ اللـه عَلَى رُءُوسِ الْخَلَائِقِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّى يُخَيِّرَهُ فِي أَيِّ الْحُورِ شَاءَ]([4]).

يقول الحكيم الترمذي: " فالحلم : سعة الخلق، وإذا توسع المرء في أخلاقه ولم يكن له علم افتقد الهدى وضل ؛ لأن توسعه يرمي به إلى نهمات النفس، فيحتاج إلى علم يقف به على الحدود، وإذا كان له علم ولم يكن هناك حلم ساء خلقه وتكبر بعلمه ؛ لأن العلم له حلاوة، ولكل حلاوة شره فتضيق أخلاقه، ويرمي به ضيقه إلى شره النفس وحدتها فيكون صاحب عنف وخرق في الأمور فيضيع علمه " ([5]).

---

(1) سورة آل عمران159.

(2) سورة التوبة(128) .

(3) حديث صحيح أخرجه الترمذي، وابن ماجة .

(4) صحيح أخرجه الترمذي وغيره .

(5) نوادر الأصول في أحاديث الرسول .

عن عطاء قال: ثم ما آوى شيء إلى شيء أزين من حلم إلى علم ([1]).

وقيل: الحلم أرفع من العقل لأن اللـه تعالى تسمى بالحلم ولم يتسم بالعقل !.

وعن الحسن ـ رضي اللـه عنه ـ قال: " ما سمعت اللـه نحل عباده شيئا أقل من الحلم "، قال: {إِنَّ إِبْرَاهِيمَ لَحَلِيمٌ }([2])، وقال: {فَبَشَّرْنَاهُ بِغُلَامٍ حَلِيمٍ}([3]) ([4]).

فالحلم سعة الخلق، والعقل عقال عن التعدي في أخلاقه، والواسع في أخلاقه حر عن رق النفس؛ ولذلك قال عيسى ـ عليه السلام ـ لبني إسرائيل: لا عبيد أتقياء، ولا أحرار كرماء. لا يشهد كريم أينما انقاد.

والحليم يحتمل أثقال الأمر والنهي بلا كبد ولا مجاهدة، فكان إبراهيم ـ عليه السلام ـ ممن احتمل الأثقال، ابتلي بالنار، وابتلي بالهجرة والغربة، وابتلي بسارة، وابتلي بالختان، وابتلي بذبح الولد ؛ فجاد بنفسه وولده، فقال اللـه تعالى: {إِنَّ إِبْرَاهِيمَ لَحَلِيمٌ أَوَّاهٌ مُنِيبٌ} ([5]) ([6]).

3. من شروط الخطيب الداعية أن يكون عاملاً بعلمه (أي قدوة حسنة).

إن القدوة من أهم الأسس التي تؤدي إلى حسن التربية للمدعو.. نعم إنه يحتاج ابتداء لإيمان عميق، تام، متجدد.. وبحاجة إلى تطبيق ما يدعو إليه على نفسه ؛ حتى تكون

---

(1) سنن الدارمي ج 1 ص 152 .

(2) سورة هود(75).

(3) سورة الصافات(101).

(4). نوادر الأصول في أحاديث الرسول ج4 ص 11

(5) سورة هود(75)

(6) نوادر الأصول في أحاديث الرسول ج4 ص 12.

حياته الشخصية وسلوكه موافقين لما تقتضيه تربيته لأخيه، ولكي يتشرب هذا المدعو منذ بدايته بالمبادئ الإسلامية، وبالخلق القرآني القويم. ولسان الحال أبلغ من لسان المقال، فليكن كالكتاب المفتوح الذي يقرأ فيه الناس معاني الإسلام ، فيقبلون عليها، وينجذبون إليها. نداؤه كما قال شعيب (عليه السلام) لقومه:﴿ وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَى مَا أَنْهَاكُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ﴾ (1)

عن أسامة بن زيد ـ رضي الله عنه ـ قال: سمعت رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: [يُجَاءُ بِالرَّجُلِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فَيُلْقَى فِي النَّارِ فَتَنْدَلِقُ أَقْتَابُهُ فِي النَّارِ فَيَدُورُ كَمَا يَدُورُ الْحِمَارُ بِرَحَاهُ فَيَجْتَمِعُ أَهْلُ النَّارِ عَلَيْهِ فَيَقُولُونَ أَيْ فُلَانُ مَا شَأْنُكَ أَلَيْسَ كُنْتَ تَأْمُرُنَا بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَانَا عَنْ الْمُنْكَرِ قَالَ كُنْتُ آمُرُكُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَلَا آتِيهِ وَأَنْهَاكُمْ عَنْ الْمُنْكَرِ وَآتِيهِ] (2).

وكان الفضيل بن عياض ـ رحمه الله ـ يقول:" عالم عامل معلم يدعى كبيراً في ملكوت السماوات"(3).

وقال الشيخ عبد العزيز بن باز ـ رحمه الله ـ: "ومن الأخلاق والأوصاف التي ينبغي، بل يجب أن يكون عليها الداعية، العمل بدعوته، وأن يكون قدوة صالحة فيما يدعو إليه، ليس ممن يدعو إلى شيء ثم يتركه، أو ينهى عن شيء ثم يرتكبه، هذه حال الخاسرين نعوذ بالله من ذلك، أما المؤمنون الرابحون فهم دعاة الحق يعملون به وينشطون فيه ويسارعون إليه، ويبتعدون عما ينهون عنه قال الله جل وعلا: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ}(4).

---

(1) [سورة هود] [88] .
(2) رواه البخاري برقم (3267) .
(3) سنن الترمذي ج5 ص 50 .
(4) سورة الصف(2) .

هذه الآية العظيمة تبين لنا أن الداعي إلى اللـه عز وجل ينبغي أن يكون ذا عمل صالح يـدعو إلى اللـه بلسانه، ويدعو إلى اللـه بأفعاله أيضاً، ولهذا قال بعده "وعمل صالحاً"، فهو داعية إلى اللـه باللسان، وداعية بالعمل ولا أحسن قولاً من هذا الصنف من الناس: هـم الـدعاة إلى اللــه بـأقوالهم الطيبـة، وهـم يوجهون الناس بالأقوال والأعمال، فصاروا قدوة صالحة في أقوالهم وأعمالهم وسيرتهم.

وهكذا كان الرسل عليهم الصلاة والسلام دعاة إلى اللــه بـالأقوال والأعـمال، والـسيرة.. وكثـير مـن المدعوين ينتفعون بالسيرة أكثر مما ينتفعـون بـالأقوال، ولاسـيما العــامة وأربـاب العلـوم القـاصرة فـإنهم ينتفعون من السيرة والأخلاق الفاضلة والآمال الصالحة، ما لا ينتفعون مـن الأقـوال التـي قـد لا يفهمونهـا، فالداعي إلى اللـه عز وجل من أهم المهمات في حقه أن يكون ذا سيرة حسنة، وذا عمل صالــح، وذا خلـق فاضل حتى يقتدي بفعاله وأقواله"([1]).

4. من شروط الخطيب الداعية الصبر وتحمل المشاق في سبيل الدعوة:

الصبر هو مكابدة النفس على الطاعات وكفها عن السيئات والاحتساب على الـبلاء. ولا يخفـى ما للصبر من أهمية بالغة في حياة المسلم عامة، وفي مسيرة الدعوة والدعاة خاصة، ويكفي دلالة عـلى أهمية الصبر وفضله وعظيم مكانته: أنه مناط الأعمال كلها ؛ إذ الأعـمال إمـا طاعـة أو معـصية، وكـل طاعة فإنما تتحقق بالصبر، وكل صبر على الطاعة فهو صبر عن المعصية ؛ لأن ترك المعصية طاعة، وترك الطاعة معصية، ولهذا ذكر اللــه عـز وجـل في غـير موضـع مـن كتابـه العزيـز أنواعًـا مـن الطاعـات والقربات ثم سماها صبرًا تنويهًا بأن الصبر سبيل تحقيقها، من مثل قوله تعالى: ﴿ الَّذِينَ يُوفُونَ بِعَهْـدِ اللــه وَلَا يَنْقُـضُونَ الْمِيثَـاقَ * وَالَّـذِينَ يَـصِلُونَ مَـا أَمَـرَ اللــه بِـهِ أَنْ يُوصَـلَ وَيَخْـشَوْنَ رَبَّهُـمْ

---

(1) (من أقوال الشيخ بن باز ص/65-66).

وَيَخَافُونَ سُوءَ الْحِسَابِ * وَالَّذِينَ صَبَرُوا ابْتِغَاءَ وَجْهِ رَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً وَيَدْرَءُونَ بِالْحَسَنَةِ السَّيِّئَةَ أُولَئِكَ لَهُمْ عُقْبَى الدَّارِ * جَنَّاتُ عَدْنٍ يَدْخُلُونَهَا وَمَنْ صَلَحَ مِنْ ءَابَائِهِمْ وَأَزْوَاجِهِمْ وَذُرِّيَّاتِهِمْ وَالْمَلَائِكَةُ يَدْخُلُونَ عَلَيْهِمْ مِنْ كُلِّ بَابٍ﴾ ([1])

فذكر اللـه الوفاء بالعهود، وصلة الأرحام، وخشية اللـه، والخوف من يوم الحساب، والصبر لله عز وجل لا لشيء آخر، وإقام الصلاة، والإنفاق سرًا وعلانية، ودفع السيئة بالحسنة.. ثم سمى كل ذلك صبرًا لأنها لا تتم إلا به.

• **أنواع الصبر:**

★الصبر على طاعة اللـه عز وجل.

★والصبر عن المعصية.

★والصبر على الأقدار.

وأكمل هذه الأنواع الصبر على الطاعة، قال ابن القيم رحمه اللـه:"والصبر على أداء الطاعات أكمل من الصبر على اجتناب المحرمات وأفضل، فإن مصلحة فعل الطاعات أحب إلى الشارع من مصلحة ترك المعصية، ومفسدة عدم الطاعة أبغض إليه وأكره من مفسدة وجود المعصية" ([2]).

يقول الدكتور / عبد الكريم زيدان: والصبر بأنواعه إنما هو باللـه بمعنى أن المسلم يؤمن بأن صبره إنما يكون بعون اللـه، فاللـه هو المصبر له، قال تعالى: {وَاصْبِرْ وَمَا صَبْرُكَ إِلاَّ بِاللـه } (127) سورة النحل، وصبر المسلم لله أي أن المسلم يصبر طاعة ومرضاة لـه فالباعث على صبره محبه اللـه وطلب مرضاته وهذا النوع من الصبر وهو يشمل الصبر

---

(1) [سورة الرعد] الآيات من [20] إلى [23] .

(2)"صفات الدعاة" للدكتور/ عبد الرب بن نواب الدين

على الطاعة وعن المعصية أكمل من الصبر على الابتلاء لأن في الأول اختيار وإيثار ومحبة، أما الثاني فهو صبر ضرورة ولا اختيار للصابر ([1]).

والصبر في حياة الدعاة يشمل هذه الأنواع الثلاثة، ونركز الحديث هنا على النوع الثالث من أنواع الصبر، وهو الصبر على ما يلقاه الدعاة في سبيل الدعوة ولازم هذا الصبر.

• لوازم الصبر في مجال الدعوة:

للصبر في مجال الدعوة وفي حياة الدعاة لوازم كثيرة، بتحققها يتحقق الصبر على أكمل وجوهه، ومن أهم لوازم الصبر:

تحمل عنت المدعوين وجحودهم وكيدهم وصدودهم: وكيد المناوئين ملازم لكل دعوة إصلاح، وهذا جلي في قول الله لرسوله صلى الله عليه وسلم:﴿ يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ ﴾ ([2]). والعصمة هنا هي: الحفظ والرعاية والتعهد، فمن بلّغ عن الله فلابد أن يكاد، وعليه بالتحمل وعدم الفتور عن الدعوة ؛ لأنه لابد أن يصيبه ما يكره إما في النفس، أو المال، أو العرض، أو غير ذلك، وقال تعالى على لسان لقمان الحكيم: ﴿ يَا بُنَيَّ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَاصْبِرْ عَلَى مَا أَصَابَكَ إِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ ﴾ ([3]). ولو أن الدعاة لم يتحملوا ما يصيبهم من أذى في سبيل الله ؛ لم يستمروا في أداء واجبهم، فمتقضى الصبر: التحمل والثبات والاستمرار.

ترك العجلة في الوصول إلى ثمار الدعوة، وترك استعجال الاستجابة: فمن الثوابت الراسخة في مسائل الدعوة، ومما ينبغي أن يعيه الدعاة: أن على الدعاة أن يولوا

---

(1) أصول الدعوة ص349.
(2) [سورة المائدة] [67] .
(3) [سورة لقمان] [17].

جانب التبليغ وإيصال الحق للمدعو كل الاهتمام بإقامة الحجة وإيضاح الدليل والبرهـان والاسـتمالة لا أن يشغلوا أنفسهم بغير ذلك ؛ لأن الهداية بيد الـلـه: ﴿ وَلَوْ شَاءَ رَبُّـكَ لَآمَـنَ مَـنْ فِي الْأَرْضِ كُلُّهُـمْ جَمِيعًـا... ﴾[1].

ولقد كان رسول الـلـه صلى الـلـه عليه وسلم يدعو الناس في مكة وكان ذلك دأبه مع قلة المـؤمنين يومئذ، وكانوا كما قال عمار (رضي الـلـه عنه): " رَأَيْتُ رَسُولَ الـلـه صَـلَّى الـلـه عَلَيْـهِ وَسَـلَّمَ وَمَـا مَعَـهُ إِلَّا خَمْسَةُ أَعْبُدٍ وَامْرَأَتَانِ وَأَبُو بَكْرٍ " [2].

ومما يدل على أن ترك الاستعجال من لوازم الصبر: ما ورد عَنْ خَبَّابٍ قَالَ: أَتَيْنَا رَسُـولَ الـلـه صَـلَّى الـلـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَهُوَ مُتَوَسِّدٌ بُرْدَةً فِي ظِلِّ الْكَعْبَةِ فَشَكَوْنَا إِلَيْهِ فَقُلْنَـا أَلَا تَسْتَنْـصِرُ لَنَـا أَلَا تَـدْعُو الـلـه لَنَـا فَجَلَسَ مُحْمَرًّا وَجْهُهُ فَقَالَ: [قَدْ كَانَ مَنْ قَبْلَكُمْ يُؤْخَذُ الرَّجُلُ فَيُحْفَرُ لَهُ فِي الْأَرْضِ ثُمَّ يُؤْتَى بِالْمِنْشَارِ فَيُجْعَلُ عَلَى رَأْسِهِ فَيُجْعَلُ فِرْقَتَيْنِ مَا يَصْرِفُهُ ذَلِكَ عَنْ دِينِهِ وَيُمْشَطُ بِأَمْشَاطِ الْحَدِيدِ مَا دُونَ عَظْمِهِ مِنْ لَحْمٍ وَعَصَبٍ مَا يَصْرِفُهُ ذَلِكَ عَنْ دِينِهِ وَالـلـه لَيُتِمَّنَّ الـلـه هَذَا الْأَمْرَ حَتَّى يَسِيرَ الرَّاكِـبُ مَـا بَيْنَ صَـنْعَاءَ وَحَـضْرَمُوتَ مَـا يَخَافُ إِلَّا الـلـه تَعَالَى وَالذِّئْبَ عَلَى غَنَمِهِ وَلَكِنَّكُمْ تَعْجَلُونَ] [3].

ويؤخذ من الحديث أن لله عز وجل سننًا نافذة لا تتخلـف ولا تتبـدل، ومـا عـلى الـدعاة إلا إبـلاغ الحق والخير للناس لتكون لهم المعذرة إلى ربهم، والـلـه يهدي ببركة هذه الدعوة من يشاء.

الاستمرار في الدعوة والمداومة عليها دون كلل ولا ملل ولا تذمر ولا تبرم: فدينـه هو الحـق المبـين وللحـق غلبـة وهيبـة وقـوة، تـسكب في فـؤاد الـداعي أمـلاً لا ينقطـع، فيكون أبعد الناس عن اليـأس والإحبـاط، والـدعاة وهـم يـرون الحـق في قوتـه وظهـوره

---

(1) [سورة يونس] [99].

(2) رواه البخاري برقم (3660).

(3) رواه البخاري برقم (3612)، وأبوداود (2278)، واللفظ له .

وعلوه يستمدون من الـلـه يقينًا فوق يقينهم ؛ فإذا هم ماضون في الدعوة بعزيمة نافذة وكما قالت الرسل، وقد نالت منهم طوائف المكذبين الجاحدين فقالوا: ﴿وَمَا لَنَا أَلَّا نَتَوَكَّلَ عَلَى الـلـه وَقَدْ هَدَانَا سُبُلَنَا وَلَنَصْبِرَنَّ عَلَى مَا آذَيْتُمُونَا وَعَلَى الـلـه فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُتَوَكِّلُونَ ﴾ ([1]).

ولقد كان النبي صلى الـلـه عليه وسلم ينال منه عتاة المشركين ومع ذلك يمضي في دعوته قدمًا مثابرًا محتسبًا صابرًا، قَالَ عَبْدُ الـلـه: كَأَنِّي أَنْظُرُ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى الـلـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَحْكِي نَبِيًّا مِنْ الْأَنْبِيَاءِ ضَرَبَهُ قَوْمُهُ فَأَدْمَوْهُ وَهُوَ يَمْسَحُ الدَّمَ عَنْ وَجْهِهِ وَيَقُولُ: [الـلـهمَّ اغْفِرْ لِقَوْمِي فَإِنَّهُمْ لَا يَعْلَمُونَ] ([2]).

• أثر الصبر في نجاح الداعي: للصبر أثره الحميد في نجاح الداعي وتحقق غايته وهي: دلالة الناس على الخير وسبله، وصبر الداعي يكون في تحمل ما يلقاه من صدود وجحود، وما يكاد له في سبيل منعه، أو عرقلته من محاولات ودسائس، وما تنشر حوله من إشاعات وأكاذيب واتهامات، ولقد واجه النبي صلى الـلـه عليه وسلم كل هذه الألوان الموحشة من كنود الناس وصدودهم وفجورهم، فصبر وصابر ورابط حتى بلغت دعوته الآفاق صلى الـلـه عليه وسلم.

وكان عليه الصلاة والسلام حين يواجههم بالصبر الجميل، ويقابل إيذاءهم بالتحمل والحلم والاحتساب كان يصارحهم بذلك، وأنه ماض فيما هو فيه، وأن هذا العدوان لن يثنيه عن الحق الذي آمن به ! فبعد أن أغروه بزخرف الدنيا وزهرتها، وهم يودون صرفه عن الدعوة وشجونها قال لهم: [ما بي ما تقولون ما جئت بما جئتكم به أطلب أموالكم، ولا الشرف فيكم، ولا الملك عليكم ولكن الـلـه بعثني رسولاً وأنزل علي كتابًا وأمرني أن أكون لكم بشيرًا ونذيرًا، فبلغتكم رسالات ربي ونصحت لكم فإن

---

(1) [سورة إبراهيم] {12}.

(2) رواه البخاري ومسلم .

تقبلوا مني ما جئتكم به فهو حظكم في الدنيا والآخرة، وإن تردوه عليّ أصبر لأمر الـلـه حتى يحكـم الـلــه بيني وبينكم] ([1]).

وفي هذا منهاج للدعاة والسائرين في طريق الرسل عليهم الصلاة والسلام، وفيه بيـان لما ينبغـي أن يكون عليه الداعي في مضي العزيمة والحلـم والاعتـزاز بـالحق، وأن الـدعاة لا تلهـيهم تجـارة ولا بيـع عـن الدعوة إلى الـلـه، ولا تغريهم زخارف الدنيا، وفي هذا ولا ريب يكمن السر الذي تـثمر به الدعوة.

لقد كان النبي صلى الـلـه عليه وسلم قمة في صبره، قدوة في مصابرته، وتحمله وحلمه، فهـو أصـبر الناس على جفوة الناس وجحودهم، وأصبر الناس بعده هم أمثلهم طريقـة، وأكـثرهم عزيمـة، وأقـربهم إلى المنهاج النبوي، ومصداق ذلك ما ورد عَنْ سَعْدِ بْنِ أَبِي وَقَّاصٍ قَالَ: قُلْتُ يَا رَسُولَ الـلـه أَيُّ النَّاسِ أَشَـدُّ بَـلَاءً قَالَ: [الْأَنْبِيَاءُ ثُمَّ الْأَمْثَلُ فَالْأَمْثَلُ يُبْتَلَى الْعَبْدُ عَلَى حَسَبِ دِينِهِ فَإِنْ كَانَ فِي دِينِهِ صُلْبًا اشْتَدَّ بَلَاؤُهُ وَإِنْ كَانَ فِي دِينِهِ رِقَّةٌ ابْتُلِيَ عَلَى حَسَبِ دِينِهِ فَمَا يَبْرَحُ الْبَلَاءُ بِالْعَبْدِ حَتَّى يَتْرُكَهُ يَمْشِي عَلَى الْأَرْضِ وَمَا عَلَيْهِ مِـنْ خَطِيئَـةٍ] ([2]).

- ومن فوائد هدا الحديث: أن الابتلاء سنة في حياة المسلم، وفي حياة الدعاة على الأخص، قال تعالى: ﴿ الم * أَحَسِبَ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا ءَامَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ * وَلَقَـدْ فَتَنَّـا الَّـذِينَ مِـنْ قَبْلِهِمْ فَلَيَعْلَمَنَّ الـلـه الَّذِينَ صَدَقُوا وَلَيَعْلَمَنَّ الْكَاذِبِينَ ﴾([3]).

- ومن فوائد الحديث أيضًا: أن البلاء يكفر السيئات، ويرفع الدرجات، وهذا هو مبتغى الدعاة، وعفو الـلـه أوسـع. إن الـصبر كـما أنـه مـن عوامـل نجـاح الـدعاة هـو أيـضًا

---

(1) السيرة لابن هشام.

(2) رواه ابن ماجة والترمذي والدارمي وأحمد.

(3) [سورة العنكبوت]من الآية [1ـ 3] .

زادهم وعدتهم، به تزكو نفوسهم وتطهر أفئدتهم، نسأل اللـه أن يجعلنا من أهل الصبر والإنابة ([1]).

5. من شروط الخطيب الداعية الحرص على هداية من يدعوه:

الواجب الخامس الذي يجب توفره في الداعي إلى اللـه أن يكون حريصاً على هداية من يدعوه فإذا كان من يدعوه كافراً كان حريصاً على إيمانه ساعياً في ذلك بكل سبيل، وقد كان سيد الدعاة والمهتدين وهو نبينا صلى اللـه عليه وسلم ليحزن أشد الحزن حتى يكاد يقتله الغم أسفاً على نفور الناس من دعوته..

يقول تعالى معزياً ومعاتباً له: {فَلَعَلَّكَ بَاخِعٌ نَّفْسَكَ عَلَى آثَارِهِمْ إِن لَّمْ يُؤْمِنُوا بِهَذَا الْحَدِيثِ أَسَفًا}([2]).

وقد وصفه تعالى بالحرص على هداية الناس. قال تعالى: {لَقَدْ جَاءكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُم بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُوفٌ رَّحِيمٌ} ([3]).. وقال تعالى: {إِن تَحْرِصْ عَلَى هُدَاهُمْ فَإِنَّ اللـه لاَ يَهْدِي مَن يُضِلُّ وَمَا لَهُم مِّن نَّاصِرِينَ} ([4])..

والداعي إذا كان حريصاً على هداية من يدعوه سعى إلى ذلك بكل سبيل ولم يدخر وسعاً في إيصال الحق له، واستخدم معه كل وسيلة ناجعة، وأزال كل عقبة تصده عن الحق.

وأما إذا اتصف بضد ذلك أهمل في دعوة من يدعوه، ولم يكترث لهدايته أو ضلاله..

---

(1) بتصرف وزيادات من كتاب:'صفات الدعاة' للدكتور/ عبد الرب بن نواب الدين .

(2) سورة الكهف(6) .

(3) سورة التوبة(128) .

(4) سورة النحل(37) .

وإذا كان من تدعوه مسلماً وكنت حريصاً على أن يهتدي للحق الذي تدعوه إليه، وللمعروف الذي تأمره به، حملك هذا على إخلاص النية، وبدل قصارى الجهد، والفرح بهداية من تدعوه، والحزن إذا لم يستجب لك.

ثقافة المدعو

ثانياً: المخاطب، أو المدعو وثقافته.

المدعو : هو من يراد دعوته وهم الناس جميعاً بوجه عام وأهل الإسلام بوجه خاص.

والمدعو نوعان: أ) فردي. ب) جماعي.

وهذا القسمان ينقسمان بدورهما إلي قسمين:

1. قسم آمن بالرسالة

2. وقسم كفر بها...وهذا القسم ينقسم إلى نوعين:

أ] كفار معلنون لكفرهم.

ب] كفار غير معلنين (وهم المنافقون).

وهذه الأنواع تحتاج جميعها إلى خطاب ديني متناسب مع كل نوع، ومطابق لمقتضى حاله، ويؤدي المراد منه، ويحقق الأهداف المرجوة.

وقد أنزل الله سبحانه وتعالى الأحكام التي يجب اتباعها مع كل قسم من هذه الأقسام، ورسم رسول الله صلى الله عليه وسلم السياسة الشرعية الواجبة في دعوة هذه الأقسام إلى الله وكيفية التعامل مع كل قسم منهم.

عالمية الرسالة:

رسالة الإسلام رسالة للعالمين قال تعالى: {قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ

جَمِيعًا }([1]).. وقال تعالى: { وَأُوحِيَ إِلَيَّ هَذَا الْقُرْآنُ لأُنذِرَكُم بِهِ وَمَن بَلَغَ } ([2]).. وقال تعالى: {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ}([3])..

وقال تعالى: {تبارك الذي نزل الفرقان على عبده ليكون للعالمين نذيراً} ([4])، ومن أجل ذلك فالبشر جميعاً مدعون إلى هذا الدين، والناس جميعاً هم أمة الدعوة الذين أرسل إليهم رسولنا محمد صلى الله عليه وسلم.

ومن ثم فهذه هي الأصول العامة ولسياسة الشرعية في الدعوة والمعاملة مع هذه الأقسام:

أولاً: الأصول الشرعية في دعوة الكفار الأصليين للإسلام:

من الكفار الأصليين من بلغه دعوة الإسلام على الوجه الصحيح، ومنهم بلغته دعوة الإسلام بصورة مشوهة، ومنهم من لم تبلغه دعوة الإسلام..

ومن الكفار الأصليين أهل الكتاب من اليهود والنصارى، والوثنيون والمجوس وغيرهم من أتباع هذه الملل الكثيرة، ومنهم من لا ينتمي لدين أصلاً.

والأصول التي يجب اتباعها مع هؤلاء جميعاً هي:

1) إبلاغ دعوة الإسلام على وجهها الصحيح بلاغاً يقطع العذر:

الأصل الأول في دعوة المسلمين إلى الإسلام أن يبلغوا هذه الدعوة على وجهها الصحيح بلاغاً يقطع العذر كما جاءت في كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم، ولا تقوم الحجة عليهم إلا بهذا.. قال تعالى: {يا أيها الرسول بلغ ما أنزل إليك من ربك

---

(1) سورة الأعراف(158) .
(2) سورة الأنعام(19).
(3) سورة سبأ(28)
(4) (الفرقان:1).

وإن لم تفعل فما بلغت رسالته}([1]).. وقال تعالى: {وما على الرسول إلا البلاغ المبين}([2])..

ولا يكون البلاغ مبيناً قاطعاً للعذر إلا:

أ) إذا فهموه بلغتهم أو تمكنوا من العربية

تمكناً يجعلهم يفهمون معانيها كما قال تعالى: {وما أرسلنا من رسول إلا بلسان قومه ليبين لهم} ([3])..

فالواجب على أمة الإسلام الذين أخرجهم الله للناس أن يبلغوهم دين الله باللسان الذي يفهمونه ثم يعلموهم العربية ليفهموا عن الله ورسوله..

قال الشيخ عبد العزيز بن باز (رحمه الله): "أما بالنسبة إلى ولاة الأمور، ومن لهم القدرة الواسعة، فعليهم من الواجب أكثر، وعليهم أن يبلغوا الدعوة إلى ما استطاعوا من الأقطار حسب الإمكان بالطرق الممكنة وباللغات الحية التي ينطق بها الناس، يجب أن يبلغوا أمر الله بتلك اللغات حتى يصل دين الله إلى كل أحد باللغة التي يعرفها، باللغة العربية وبغيرها"([4]).

ب) إبطال شبهات الكفار، ودفع باطلهم:

ويجب أن تدحض كل حجج الكفار وشبهاتهم حول دينهم الباطل، وكل دين غير الإسلام فباطل كما قال تعالى: {بل نقذف بالحق على الباطل فيدمغه}([5]).. وقال تعالى:

---

(1) (المائدة:67).
(2) (النور:54).
(3) (إبراهيم:4).
(4) (الدعوة إلى الله وأخلاق الدعاة ص/17).
(5) (الأنبياء:18).

{قل فلله الحجة البالغة}([1]).. وقال تعالى: {ولا يأتونك بمثل إلا جئناك بالحق وأحسن تفسيراً}..

ومن أجل ذلك أبطل اللـه في القرآن كل ما احتج به الكفار على اختلاف عقائدهم في احتجاجهم لدينهم الباطل، فقد رد اللـه على اليهود مزاعمهم، وعلى النصارى ضلالهم وشبههم، وعلى مشركي العرب في جميع ما عارضوا به الإسلام، وعلى ما احتجوا به على ما هم عليه من الشرك والضلال.

2) لا يبدأ مع الكافر الأصلي إلا بالتوحيد ثم الأهم فالأهم:

يجب البدء مع الكافر الأصلي الذي لم يدخل الإسلام بالتوحيد لأنه أساس الدين، وجميع الأحكام ترجع إليه، ولا يصح العمل الصالح إلا به ولذلك كان كل رسول أول ما يدعو قومه يدعوهم إلى توحيد اللـه سبحانه وتعالى.

إذ هو الفارق بين المسلم والكافر، وجميع أعمال الدين ترجع إلى التوحيد، وتبنى عليه، فلا يصح عمل صالح للعبد إلا بتحقيق التوحيد لله، وجميع الأعمال الصالحة تكون باطلة إذا لم يكن فاعلها موحداً لله سبحانه وتعالى كما قال جل وعلا في عمل المشركين والكفار: {والذين كفروا أعمالهم كسراب بقيعة يحسبه الظمآن ماء حتى إذا جاءه لم يجده شيئاً ووجد اللـه عنده فوفاه حسابه، واللـه سريع الحساب} ..([2])

وقال تعالى: {مثل الذين كفروا بربهم أعمالهم كرماد اشتدت به الريح في يوم عاصف لا يقدرون مما كسبوا على شيء، ذلك هو الضلال البعيد}([3]).

---

(1) (الأنعام:149).
(2) (النور 39)
(3) (إبراهيم:18).

وقال تعالى: {ولقد أوحي إليك وإلى الذين مـن قبلـك لـئن أشركـت ليحـبطن عملـك ولتكـونن مـن الخاسرين} ([1])..

وقد أمر النبي صلى اللـه عليه وسلم معاذ بن جبل عندما أرسـله داعيـاً إلى أهـل الـيمن أن يبـدأ بالتوحيد ثم بالصلاة، ثم بالزكاة فقد قال صلى اللـه عليه وسلم: [إنك تقدم عـلى قـوم مـن أهـل الكتـاب فليكن أول ما تدعوهـم إلى أن يوحدوا اللـه تعالى فإذا عرفوا ذلك فأخبرهم أن اللـه فرض علـيهم خمـس صلوات في يومهم وليلتهم، فإذا صلوا، فأخبرهم أن اللـه قد افترض عليهم زكاة في أموالهم تؤخذ من غنيهم فترد على فقيرهم فإذا أقروا بذلك فخذ منهم، وتوق كرائم أموال الناس] ([2]).

قال ابن حجر في الفتح: "بدأ بالشهادتين لأنهما أصل الدين، الذي لا يصح شيء إلا بهما، فمـن كـان غير موحـد فالمطالبة متوجهة إليه بكل واحدة من الشهادتين على التعيين، ومن كـان موحـداً فالمطالبـة لـه بالجمع بين الإقرار والوحدانية".

وقال: "يبدأ بالأهم فالأهم، وذلك من التلطف في الخطاب لأنـه لـو طـالبهم بـالجميع لأول مـرة لم يأمن النفرة" ([3]).

3) عـرض الـدعوة عـلى الكفـار بـاللين، والحكمـة، والموعظـة الحـسنة، والجـدال بالحسنى:

في مقام عرض دعوة الإسلام على الكفـار، وإن كـانوا مـن المجـرمين العتـاة، والجبـابرة الطغاة يجب اتخاذ اللين والحكمـة والموعظـة الحـسنة والجـدال بالحـسنى سـبيلاً إلى عـرض الدعوة، وقد فصلنا الحديث في هذا الجانب سلفاً بما لا يحتـاج إلى زيـادة، ولأهميـة الـدعوة

---

(1) (الزمر 65)

(2) (متفق عليه).

(3) (الفتح 357/3).

باللين ننظر إلى وصية اللـه لموسى وهارون أن يعرضا الدعوة على فرعون باللين.. قال تعالى: {إذهبا إلى فرعون إنه طغى، فقولا له قولاً ليناً لعله يتذكر أو يخشى } ([1]).

فمع طغيانه وقتله لذكور بني إسرائيل واستحيائه لنساءهم، وسومهم رسولهم سوء العذاب إلا أن اللـه أمر الرسول ـ عليه السلام ـ أن يكون ليناً في عرض الدعوة عليه، ولعل اللين أن ينفعه فيتذكر ويخشى.

4) وجوب رد إساءتهم وعدم السكوت على طعنهم في الدين:

لا يجوز للداعي إلى اللـه الذي يعرض دعوته باللين والحكمة على الكفار أن يأخذ جانب اللين مع الذين يردون رداً سيئاً، ويطعنون في الدين الحق، ويسبون رسول اللـه ﷺ، أو يعيبون شريعة اللـه، بل يجب الرد المناسب عليهم والانتصار منهم لقوله تعالى: {ولا تجادلوا أهل الكتاب إلا بالتي هي أحسن إلا الذين ظلموا منهم} ([2]).

فالظالمون منهم يجب الرد بما يتناسب مع هجومهم وتهجمهم على الإسلام وطعنهم فيه. قال تعالى: {والذين إذا أصابهم البغي هم ينتصرون}.. ولذلك جاء في كثير من آيات القرآن الرد والزجر الشديد على المعاندين من الكفار: كبيان فضائحهم، وكشف مخازيهم ووصفهم بفقدان العقل والفهم، والاستهزاء بحالهم ومآلهم، وتحقير آلهتهم، وتهديدهم بعذاب الدنيا والآخرة.

5) قبول الكافر أخاً في الإسلام مهما سلف منه في الكفر:

يجب أن يقبل الكافر أخاً في الدين إذا انتقل من الكفر إلى الإسلام، فلا يعير بدينه السابق، ولا بما كان عليه من الكفر والشرك، ولا يذكر بماضيه إلا أن يكون على وجه

---

(1) (طه:43-44).
(2) (العنكبوت:46).

حمد الله وشكره وفضله عليه كما قال تعالى عن المشركين: {فإن تابوا وأقاموا الصلاة، وآتوا الزكاة فإخوانكم في الدين، ونفصل الآيات لقوم يعلمون}([1]).

* أصول في دعوة المرتد:

المرتد: هو كل من رجع عن الإسلام بعد دخوله فيه، وللمرتد أحكام خاصة في الدعوة منها:

1) لا حكم بالردة إلا من عالم بالإسلام:

لا يجوز الحكم على مسلم بالردة إلا إذا أعلن بنفسه هو أنه راجع عن الإسلام أو أن يكون قوله أو فعله كفراً مخرجاً من الملة، ولا يحكم عليه بالردة إلا عالم بالإسلام وذلك لقوله صلى الله عليه وسلم: [من قال لأخيه يا كافر فقد باء بها أحدهما إن كان كما قال وإلا رجعت عليه] ([2])..

2) يجب التفريق بين مقالة الكفر والكافر:

ليس كل من وقع في الكفر يكون كافراً فربما وقع جهلاً أو تأولاً ولذلك يجب الرد على المخالف، وإقامة الحجة بيان المقالة الخاطئة، دون الحكم على قائلها حتى يتبين أنه قد اختار الكفر، أو أقيمت عليه الحجة البالغة التي تقطع عذره..

* أصول في دعوة المنافق:

المنافق: هو الذي يظهر الإسلام ويبطن الكفر، وهذه بعض الأصول الشرعية في دعوته للإسلام:

---

(1) (التوبة.11).
(2) (متفق عليه).

1) لا يحكم على شخص أنه منافق نفاقاً اعتقادياً إلا ببرهان لا يقبل النقض أنه يبطن الكفر، ويظهر الإسلام كذباً..

2) المنافق يدعى إلى الإسلام، ويوعظ، ويذكر بالله، ويجري عليه أحكام الإسلام الظاهرة، ويغلظ عليه عند مخالفة الأمر الشرعي. قال تعالى:{أولئك الذين يعلم الله ما في قلوبهم فأعرض عنهم وعظهم وقل لهم في أنفسهم قولاً بليغاً} ([1])، وقال تعالى: {جاهد الكفار والمنافقين واغلظ عليهم} ([2]).

قال ابن كثير: "قال تعالى {أولئك الذين يعلم الله ما في قلوبهم} هذا الضرب من الناس هم المنافقون، والله يعلم ما في قلوبهم وسيجزيهم على ذلك فإنه لا تخفى عليه خافية فاكتف به يا محمد فيهم فإنه عالم بظواهرهم وبواطنهم، ولهذا قال له {فأعرض عنهم} أي لا تعنفهم على ما في قلوبهم {وعظهم} أي وانههم عما في قلوبهم من النفاق وسرائر الشر {وقل لهم في أنفسهم قولاً بليغاً} أي وانصحهم فيما بينك وبينهم بكلام بليغ رادع لهم" ([3]).

ثانياً: الدعوة بين المسلمين:

للدعوة إلى الله بين المسلمين ميدانان هما:

أ) التربية والتعليم.

ب) الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

ولكل ميدان من هذين الميدانين أصوله وقواعده.

---

(1) (النساء:6)

(2) (التوبة 73)

(3) تفسير القرآن العظيم ج1 ص 520 ط دار الفكر بيروت .

أ) قواعد في التربية على الإسلام وتعليمه:

التربية وهي التزكية والتعليم، هي مهمة النبي في المؤمنين قال تعالى: {هـو الـذي بعـث في الأميـين رسولاً منهم يتلو عليهم آياته، ويزكيهم ويعلمهم الكتاب والحكمة وإن كانوا من قبل لفي ضلال مبين}([1])..

والتربية هي تنشأة الإنسان وبناؤه.. قال رسول صلى اللـه عليه وسلم: [ما من مولود إلا يولد عـلى الفطرة فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه] ([2]).

وهذه أهم قواعد التربية والتزكية:

1) تصور النموذج المثالي للإنسان الكامل والعبد الصالح:

يجب أولاً أن يتضح أمام المربي والمعلم النمـوذج والمثـال الـذي يجـب أن يـربي عـلى غـراره، وهـذا النموذج قد جاء وصفه التفصيلي في آيات كثيرة من كتاب اللـه سبحانه وتعالى منها أول سـورة المؤمنـون.. قال تعالى: {قد أفلح المؤمنون* الذين هم في صلاتهم خاشعون* والذين هم عن اللغـو معرضـون* والـذين هم لزكاة فاعلون* والذين هم لفروجهم حـافظون* إلا عـلى أزواجهـم أو مـا ملكـت أيمـانهم فـإنهم غـير ملومين* فمن ابتغى وراء ذلك فأولئك هم العادون* والذين هم لأماناتهم وعهـدهم راعـون* والـذين هـم على صلواتهم يحافظون}([3]).

وفي غيرها مـن سـور القـرآن كمطلـع سـورة البقـرة، والآيـات الأولى مـن سـورة الأنفال، وسورة الحجرات بكمالهـا، والآيـات مـن سـورة الإسـراء مـن قولـه تعـالى: {لا

---

(1) (الجمعة:2)

(2) (متفق عليه).

(3) (المؤمنون:1-9)

تجعل مع اللـه إلهاً آخر فتقعد مذموماً مخذولاً}، ..إلى قوله: {ولا تجعـل مـع اللــه إلهـاً آخـر فتلقـى في جهنم ملوماً مدحوراً} ([1])..

ولا شك أن القرآن كله قد فصل صفات النموذج الطيب للمؤمن الصالح الذي يحبه اللـه ويرضاه..

وقد كان رسولنا صلى اللـه عليه وسلم هو الإنسان الكامل والنموذج والقدوة والأسـوة الـذي أمـر المسلمون جميعاً بالتأسي به {لقد كان لكم في رسول اللـه أسوة حسنة}([2])..

فهو النموذج الكامل للتأسي، وقد كان خلقه القرآن كما قالـت الـسيدة عائـشة رضي اللــه عنهـا: [كان خلق رسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم القرآن] ([3]).

وكذلك صور القرآن النماذج السيئة من المجرمين والكافرين والمنافقين. قال تعـالى: {وكـذلك نفـصل الآيات ولتستبين سبيل المجرمين}([4])..

2) التعليم الدائم:

يجب على الداعي إلى اللـه، ومعلم الخير أن يعتمد لنفسه ومن يعلمهم نظام التعليم الدائم مـن المهد إلى اللحد، والمسلم الحق هو من يزداد في دينه كل يوم علماً وعباده {وقل رب زدني علماً} ([5])، وعلـم الـدين لا يحاط به، والقرآن لا يشبع منه العلماء، وفضل العلم خير من فضل العبادة.

---

(1) (الإسراء:22)، (الإسراء: 39) .
(2) (الأحزاب:21).
(3) (رواه أبو داود والنسائي).
(4) (الأنعام:55).
(5)(طه:114).

3) أخذ العلم والعمل جميعاً:

يجب أخذ العلم والعمل جميعاً، وعدم إفراد العلم عن العمل لأن هذا مدعاة لأن يقول المسلم ما لا يفعل، وأن يصبح العلم حجة على صاحبه لا حجة له، وقد كان منهج الصحابة في التعلم أخذ العلم والعمل جميعاً فقد كان منهم من حفظ سورة البقرة في عدة سنوات ليحفظ السورة وليعلمها، وليعمل بها كما قال الأعمش: (كان الرجل منا إذا تعلم عشر آيات لم يجاوزهن حتى يعرف معانيهن والعمل بهن) ([1]) فتأخذ العلم والعمل جميعاً، وهذا لمن جاوز مرحلة الصغر وسنوات الحفظ الذهبية.

4) اغتنام سني الحفظ الذهبية عند الصغير:

تعليم الصغار يجب أن يكون بالحفظ أولاً اغتناماً لسنوات الحفظ الذهبية وهي من الثالثة إلى العشرين تقريباً.. وقد كان منهج التابعين وتابعيهم تحفيظ الصغير القرآن الكريم أولاً ثم السنة، ثم متون العلوم المختلفة (المتون هي كليات العلوم وقضاياها الأساسية وكثيراً ما تكون نظماً).. ثم في الكبر يعتني بعد ذلك بالفهم والتعلم والتفقه فيما يكون قد حفظه.

5) تعلم الحق قبل الباطل، والتحصن بجواب الشبهة قبل ورودها:

من قواعد التعليم تعلم الحق قبل تعليم الباطل، لأن السابق إلى الذهن يتمكن منه ويستقر فيه، وقد قال صلى اللـه عليه وسلم: [ما من مولود إلا يولد على الفطرة فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه] ([2]) والفطرة هي التوحيد. قال تعالى: {فأقم وجهك للدين حنيفاً فطرة اللـه التي فطر الناس عليها لا تبديل لخلق اللـه}([3]).

---

(1) تفسير ابن كثير .

(2) (متفق عليه).

(3) (الروم 30).

فيجب تعليم الصغار كلمة التوحيد، وتنشئتهم على الفضيلة، والخلق الطيب قبل إطلاعهم على أنواع الشرك والكفر، ومعرفة الرذيلة..

ثم يجب تعلم جواب الشبهة قبل ورودها تحصناً منها، كما كان الله سبحانه وتعالى يعلم المسلمين ما يقولونه جواباً لشبهات الكفار قبل أن يلقيها الكفار. قال تعالى: {سيقول الذين أشركوا لو شاء الله ما أشركنا ولا آباؤنا} ([1]) فأخبرهم بقول المشركين سبحانه، قبل أن يقولوه ليعلمهم جوابه. وقال تعالى: {سيقول السفهاء من الناس ما ولاهم عن قبلتهم التي كانوا عليها قل لله المشرق والمغرب..} ([2])وهذا كثير في القرآن.

6) التربية بالأسوة:

يجب أن تكون الدعوة إلى الله بالأسوة الصالحة، قبل أن تكون بالتعلم والقدوة الحسنة أبلغ في الدعوة.. فالعالم العامل المربي يدعو بسيرته وأخلاقه وأعماله أكثر مما يدعو بأقواله.. والرسول المربي صلى الله عليه وسلم قد أثر في سلوك أصحابه بأخلاقه وشمائله أعظم من تأثيره بأقواله ومواعظه..

7) الحلم بالتحلم:

هناك فارق كبير بين التعليم والتربية، فالتعليم يكون بنقل العلم بأي وسيلة من وسائل النقل، ولكن اكتساب الأخلاق لا يكون بمجرد معرفتها وتعلمها بل بوجوب التعود عليها والتخلق بها كما قال صلى الله عليه وسلم: [إنما العلم بالتعلم وإنما الحلم بالتحلم]([3]).

---

(1) سورة الأنعام(148).

(2) (البقرة 142).

(3) (رواه الدار قطني في الإفراد وصححه الألباني في صحيح الجامع 2328).

فلا بد للمربي أن يهيء من يربيهم على التعود على أخلاق الإســلام ولا يكتفـي بتلقينهـا وتعليمهـا لهم.

8) التدرج في التعليم (تعليم صغار العلم قبل كباره):

من القواعد الهامة في التربية والتعليم أن يكون التعليم متـدرجاً فيبـدأ بـصغار العلـم قبـل كبـاره، وبسهله قبل صعبه ومشكله، قال ابن عباس في تفسير قوله تعالى: {ولكن كونوا ربـانيين بمـا كنـتم تعلمـون الناس وبما كنتم تدرسون}([1]).

قال: مربين تعلمون الناس بصغار العلم قبل كباره..

9) التقويم المستمر:

من قواعد التربية والتعليم أن يكون التقويم مستمراً ولو كان في حـال الكبر، فكـل مـن وقـع منـه خطأ، أو ارتكب منكراً يجب تقويمه بالتقويم المناسب فقد قال رسول الـلـه صلى الـلـه عليـه وسـلم وهـو سيد المعلمين والمربين لأبي ذر (رضي الـلـه عنه): [إنك امرؤ فيك جاهلية]!! لما رآه يعير رجـلاً بأمه قائلاً له: [يا ابن السوداء]!! فقال: يا رسول الـلـه على كبر سني!! فقال: [نعم] ([2]). ووعظ رسـول الـلــه صـلى الـلــه عليه وسلم معاذ بن جبل مع حبه له، موعظة غضب فيها الرسول صلى الـلـه عليه وسلم قائلاً له: [يا معاذ أفتان أنت!!] ([3]).

---

(1) (آل عمران.79).
(2) متفق عليه.
(3) (متفق عليه).

وكل هذا يدل على أن الكبير في الفضل أو السن يجب تنبيهه إذا خالف شيئاً من الحق، وكذلك غضب صلى الله عليه وسلم على عمر عندما خاصم الصديق وقال: [أما أنتم بتاركي لي صاحبي] ([1]).

10) تعليم الناس ما ينفعهم ويحتاجون إليه:

قال العلامة عبد الرحمن بن حسن (رحمه الله): "وقد كان شيخنا المصنف رحمه الله -يعني الإمام محمد بن عبد الوهاب- لا يحب أن يقرأ على الناس إلا ما ينفعهم في أصل دينهم وعباداتهم، ومعاملاتهم مما لا غنى لهم عن معرفته" ([2]).

وإذا سأل العامي عن أمور لا يحتاج إليها فإنه ينبغي للمعلم أن يفتح له باباً إلى ما يهمه. قال الإمام محمد بن عبد الوهاب (رحمه الله): "وينبغي للعالم إذا سأله العامي عما يحتاج إليه، أو سأله عما غيره أهم منه، أن يفتح له باباً إلى المهم، ولا يحقر عن التعليم من يظنه أبعد الناس عنه، ولا يستبعد فضل الله عليه" ([3]).

11) تعليم الناس على قدر أفهامهم:

وينبغي للعالم أن يخاطب الناس كلاً على قدر فهمه..

قال الإمام محمد بن عبد الوهاب (رحمه الله): "فينبغي للمعلم أن يعلم أن الإنسان على قدر فهمه، وإن كان ممن يقرأ القرآن، أو عرف أنه ذكي فيعلم أصل الدين وأدلته والشرك وأدلته، ويقرأ عليه القرآن ويجتهد أن يفهم القرآن فهم قلب، وإن كان رجلاً

---

(1) (رواه البخاري).

(2) (فتح المجيد ص/414).

(3) (مؤلفات الشيخ. القسم الرابع-التفسير. سورة يوسف ص/147-148).

(2) (الدرر السنية 1/98-99).

(3) (مؤلفات الشيخ القسم الرابع-التفسير ص/92).

متوسطاً ذكر له بعض هذا، وإن كان مثل غلب الناس، ضعيف الفهم، فيصرح له بحق اللـه على العبيد، مثل ما ذكر النبي صلى اللـه عليه وسلم على المسلم، وحق الأرحام، وحق الوالدين، وأعظم من ذلك حق النبي صلى اللـه عليه وسلم".

12) عدم تضييع الزمان في إبطال الشبه الواضحة البطلان:

قال الإمام محمد بن عبد الوهاب (رحمه اللـه): "إن الشبهة إذا كانت واضحة البطلان لا عذر لصاحبها فإن - معه في إبطالها تضييع للزمان وإتعاب للحيوان مع أن ذلك لا يردعه عن بدعته.. وكان السلف لا يخوضون مع أهل الباطل في رد باطلهم عنهم".

أما إذا كانت الشبهة قد أشكلت على المتعلم أو الناس واحتاجوا إلى إبطالها وجب حينئذ على أهل العلم ردها وتفنيدها وإبطالها بالحجج الدامغة لئلا تستقر في صدورهم فتورث الشك والاضطراب أو الحيرة والارتياب.

ب) الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر:

الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر هو الميدان الثاني من ميادين الدعوة إلى اللـه وهو من فروض الكفايات على الأمة. قال شيخ الإسلام ابن تيمية (رحمه اللـه): "الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لا يجب على كل أحد بعينه، بل هو على الكفاية كما دل عليه القرآن".

ولكنه واجب عيني على أولي الأمر من المسلمين وهم الأمراء العلماء كما قال شيخ الإسلام أيضاً: "ويجب على كل أولي الأمر وهم علماء كل طائفة ومشايخها أن يقوموا على عامتهم، ويأمروهم بالمعروف وينهوهم عن المنكر" ([1]).

والمعروف: هو كل ما يحبه اللـه ويرضاه ويأمر به.

---

(1) (رسالة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ص/40-41).

والمنكـر: يعم كل ما كرهه الـلـه ونهى عنه.

وهذه أهم قواعد الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر:

1) لا تأمر بمعروف ولا تنه عن منكر إلا بعد العلم بما تأمر به وتنهى عنه:

لا يجوز لمن يأمر بالمعروف أن يقدم على ذلك إلا إذا علم أن ما يأمر به هو من المعروف حقـاً، ولا ينهى عن منكر إلا إذا علم أن ما ينهى عنه هو من المنكر.

قال شيخ الإسـلام ابن تيمية (رحمه الـلـه): "والـلــه سـبحانه وتعـالى قـد أمرنـا بـالأمر بـالمعروف والنهي عن المنكر: والأمر بالشيء مسبوق بمعرفته فمن لا يعلم المعـروف لا يمكنـه الأمـر بـه.. والنهـي عـن المنكر مسبوق بمعرفته فمن لم يعلمه لا يمكنه النهي عنه" ([1]).

وقال النووي (رحمه الـلـه): " ثم أنه إنما يأمر وينهى من كان عالماً بما يأمر به وينهى عنه، وذلك يختلف باختلاف الشيء، فإن كان من الواجبات الظـاهرة، والمحرمـات المـشهورة كالـصلاة والـصيام والزنـا، الخمر ونحوها، فكل المسلمين علماء بها.

وإن كان من دقائق الأفعال والأقوال، ومما يتعلق بالاجتهاد لم يكـن للعـوام مـدخل فيـه، ولا لهـم إنكاره، بل ذلك للعلماء ".

ثم العلماء إنما ينكرون ما أجمع عليه أما المختلف فيه فلا إنكار فيه، لأن على أحـد المـذهبين: كـل مجتهد مصيب، وهذا هو المختار عند كثيرين من المحققين أو أكثرهم.

وعلى المذهب الآخر: المصيب واحد، والمخطئ غير متعين لنا والإثـم مرفـوع عنـه، لكـن إن ندبـه - على جهة النصيحة - إلى الخروج من الخلاف، فهـو حـسن محبـوب منـدوب إلى فعلـه برفـق فـإن العلـماء متفقون على الحث على الخروج من الخلاف، إذا لم يلزم منه إخلال بسنة، أو وقوع في خلاف آخر.

---

(1) (التفسير الكبير 304/5).

وذكر القاضي أبو الحسن الماوردي البصري الشافعي في كتابه الأحكام السلطانية خلافاً بين العلماء في أن من قلده السلطان الحسبة هل له أن يحمل الناس على مذهبه فيما اختلف فيه الفقهاء إذا كان المحتسب من أهل الاجتهاد، أم لا يغير ما كان على مذهب غيره.. والأصح أنه لا يغير لما ذكرناه.

ولم يزل الخلاف في الفروع بين الصحابة والتابعين فمن بعدهم رضي اللـه عنهم أجمعين.. ولا ينكر محتسب ولا غيره، وكذلك قالوا: ليس للمفتي ولا للقاضي أن يعترض على من خالفه إذا لم يخالف نصاً أو إجماعاً أو قياساً جلياً. واللـه أعلم ([1]).

2) اتخاذ إحدى مراتب الإنكار اتباعاً للحكمة والقدرة:

وذلك لقوله صلى اللـه عليه وسلم: [من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الإيمان] ([2])..

فالإنكار باليد أعلى درجات الإنكار وهو (لأولي الأيدي والأبصار) أهل القوة والتمكن والقدرة فمن لم يستطع لسبب أو آخر تحول إلى الإنكار باللسان، ذماً للمنكر وأهله، وبياناً لفساده، وتحذيراً منه، فإن لم يستطع تحول إلى الإنكار بقلبه بغضاً للمنكر وأهله، ومفارقة لمجالسهم كما قال تعالى: {وإذا رأيت الذين يخوضون في آياتنا فأعرض عنهم حتى يخوضوا في حديث غيره وإما ينسينك الشيطان فلا تقعد بعد الذكرى مع القوم الظالمين}([3]).

ولا يختص الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر بأصحاب الولايات، بل هو ثابت لآحاد المسلمين وعليه إجماع المسلمين فإن غير الولاة في الصدر الأول والعصر الذي يليه

---

(1) بشيء من التصرف والزيادات من " أصول الدعوة " للشيخ :عبد الرحمن عبد الخالق ـ حفظة اللـه ـ .
(2) (رواه مسلم).
(3) (الأنعام:68).

كانوا يأمرون الولاة بالمعروف وينهونهم عن المنكر مع تقرير المسلمين إياهم، وهذا إجماع من الأمة على ذلك وأدلة القرآن والسنة شاهدة بذلك." أ.هـ ([1]).

3) وجوب اتباع المصالح الشرعية في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر:

ومما يجب على الآمر بالمعروف والناهي عن المنكر أن يعلم المصالح والمفاسد الشرعية التي تترتب على أمره ونهيه.

يقول شيخ الإسلام ابن تيمية (رحمه الله): "وجماع ذلك داخل في القاعدة العامة فيما إذا تعارضت المصالح والمفاسد والحسنات والسيئات أو تزاحمت فإنه يجب ترجيح الراجح منها فيما إذا ازدحمت المصالح والمفاسد وتعارضت المصالح والمفاسد.

فإن الأمر والنهي - وإن كان متضمناً لتحصيل مصلحة ودفع مفسدة- فينظر في المعارض له، فإن كان الذي يفوت من المصالح، أو يحصل من المفاسد أكثر، لم يكن مأموراً به، بل يكون حراماً إذا كانت مفسدته أكثر من مصلحته.

لكن اعتبار مقادير المصالح والمفاسد هو بميزان الشريعة، فمتى قدر الإنسان على اتباع النصوص لم يعدل عنها، وإلا اجتهد رأيه لمعرفة الأشباه والنظائر، ولن تعوز النصوص من يكون خبيراً بدلالاتها على الأحكام.

ومن هذا الباب ترك النبي صلى الله عليه وسلم لعبد الله بن أبي سلول وأمثاله من أئمة النفاق والفجور، لما لهم من أعوان فإزالة منكره بنوع من عقابه مستلزمة إزالة معروف أكثر من ذلك بغضب قومه وحميتهم، وبنفور الناس إذا سمعوا أن رسول الله صلى الله عليه وسلم يقتل أصحابه، ولهذا لما خطب الناس في قضية الإفك بما خطبهم به،

---

(1) أصول الدعوة .

واعتذر عنه، وقال له سعد بن معاذ قوله الذي أحسن فيه، حمي لـه سـعد بـن عبـادة، مـع حـسن إيمانـه وصدقه - وتعصب لكلٍ منهم قبيلته حتى كادت تكون فتنة"([1]).

4) وجوب إخلاص النية والبعد عن الهوى:

يجب على من يتصدى للأمر بالمعروف والنهي عـن المنكـر أن يكـون عملـه لله خالـصاً، وأن يكـون صواباً، وألا يتبع هواه، ويأمر أو ينهى لحظ نفسه، وذلك أن الضلال في الدين عظيم، ومن فقــد الإخـلاص، ولم يتحر الصواب أوقعه الشيطان في الهوى، ومن كلام شيخ الإسلام ابن تيمية: "و اتباع الأهواء في الديانات أعظم من اتباع الأهواء في الشهوات"

فإن أهل الكتاب اتبعوا أهواءهم فضلوا. قال تعالى عنهم {فإن لم يستجيبوا لك فاعلم أنمـا يتبعـون أهواءهم ومن أضل ممن اتبع هواه بغير هدى من اللـه إن اللـه لا يهدي القوم الظالمين}([2]).

ولذلك نهى نبينا أن يتبع أهواء أهل الكتاب، قال تعالى: {ولن ترضى عنك اليهود ولا النصارى حتـى تتبع ملتهم قل إن هدى اللـه هو الهدى، ولئن اتبعت أهواءهم بعـد الـذي جـاءك مـن العلـم مالـك مـن اللـه من ولي ولا نصير} ([3]).

فاتباع الهوى هو الذي أفسد الديانات السابقة، وأوجد الفرقة بين أهل الدين الواحـد، وهـو الـذي خرج به من خرج عن موجب الكتاب والسنة وسماهم علماء الإسلام أهل الأهواء..

---

(1) (قاعدة في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ص/47-48).
(2) (القصص:50).
(3) (البقرة 120).

فيجب على الآمر بالمعروف والناهي عن المنكر أن يكون باعثه إخلاص النية، وعمله على الكتاب والسنة وأن يجانب الهوى، وإتباع الهوى هو أن يحب ويبغض بدافع من هواه لا إتباعاً للأمر والنهي.

5) الرفق سبيل الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر:

يجب أن يكون الآمر بالمعروف والناهي عن المنكر رفيقاً كما قال صلى الـلـه عليه وسلم: [ما كان الرفق في شيء إلا زانه، ولا كان العنف في شيء إلا شانه] ([1]).

وقال أيضاً صلى الـلـه عليه وسلم: [إن الـلـه رفيق يحب الرفق في الأمر كله، ويعطي عليه ما لا يعطي على العنف].

ولهذا قيل: [ليكن أمرك بالمعروف معروفاً ونهيك عن المنكر غير منكر] ([2]).

هـذا وينظر كذلك إلى المبحث الخاص بالصفات التي يجب أن يتحلى بها الخطيب الداعي في دعوته إلى الـلـه والتي سبق لنا أن سردناها بشي من التفصيل..

الدعوة الفردية

المراد بالدعوة الفردية: دعوة الأفراد، أي: دعوة الناس منفردين، فالفردية هنا من حيث المدعو، ويقابل هذا: دعوة الناس مجتمعين من خلال الدروس والمحاضرات ؛ ولا نريد به العمل الفردي الذي يقابله العمل الجماعي.

فضل الدعوة إلى الـلـه: وردت أحاديث كثيرة في فضل الدعوة الـلـه تبارك وتعالى نذكر شيئاً منها:

---

(1) رواه مسلم .

(2) (رواه أحمد، والبخاري في الأدب المفرد).

● عن أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللـه صَلَّى اللـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: [مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى كَانَ لَهُ مِنْ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورِ مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ أُجُورِهِمْ شَيْئًا...] رواه مسلم.

●وَقَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللـه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَوْمَ خَيْبَرَ لِعَلِيٍّ. [لَأَنْ يَهْدِيَ اللـه بِكَ رَجُلًا خَيْرٌ لَكَ مِنْ أَنْ يَكُونَ لَكَ حُمْرُ النَّعَمِ] رواه البخاري ومسلم.

فوائد الدعوة الفردية

◄ تربي الأفراد تربية متكاملة، فلا تقتصر على جانب واحد وتهمل الباقي، وهذا ما يسمى بالشمولية في التربية ؛ ولأن الدعوة الجماعية لا يمكن أن تتتبع أخطاء الأفراد خطأً خطأً، بل نجد أن الدعوة الفردية من خلالها يمكن التنبيه على كثير من الأخطاء التي يقع فيها الأفراد، وبهذا يمكن استكمال التربية.

◄بالدعوة الفردية يمكن متابعة التطبيق العملي للتوجيهات الملقاة على الأفراد.

◄ بالدعوة الفردية يمكن الرد على كثير من الشبهات التي تُلْقى على مسامع الأفراد، والتي لا يمكن التحدث بها في الدعوة الجماعية.

◄بالدعوة الفردية يمكن غرس المبادئ الإسلامية الصحيحة، والتحدث عنها بكل جدية ووضوح، إذا جاء الوقت المناسب لكل مبدأ.

◄بالدعوة الفردية يمكن إيصال الحق إلى الذين نفروا – أو نُفِّرُوا – عن سماعه، وعن مجالسة أهله.

◄إن هذا النوع من أنواع الدعوة طريقة سريعة لكسب أكبر عدد من أنصار الدين.

◄يمكن متابعة الأفراد متابعة دقيقة، بخلاف الدعوة الجماعية فإنه لا يمكن متابعتهم.

◄ هذا النوع من أنواع الدعوة لا يحتاج إلى غزارة علم بقدر ما يحتاج إلى حكمة في الدعوة، فيمكن أن يقوم به أفراد محبون للدعوة.

◄ الدعوة الفردية لا تحتاج إلى كثير معاناة فهي سهلة، ويمكن أن يقوم بها كل داعية من خلال عمله، فالطالب في مدرسته، أو كليته، والموظف في مكتبه، والعامل في مصنعه...وهكذا.

حالات الدعوة الفردية: هناك بعض الحالات تستلزم من الداعية أن يستخدم فيها الدعوة الفردية ؛ لأن الدعوة الجماعية لا تجدي في مثل تلك الحالات، وإن كانت الدعوة الجماعية أيسر، وروادها أكثر، وسنذكر بعض هذه الحالات التي يجب استخدام الدعوة الفردية فيها:

◄ المكانة الاجتماعية للمدعو:إن بعض الأفراد يكون معتزاً بوضعه الاجتماعي ويرى أنه لو خالط عامة الناس في تجمعاتهم لذهبت تلك المكانة التي يتمتع بها، وهذا لا يكون إلا لأنه غير ملتزم بالشرع التزاماً كاملاً، ففي مثل هذه الحالة يجب أن يستخدم الداعية الدعوة الفردية.

◄ جليس السوء: إن البيئة التي يعيش فيها المدعو لها تأثير على شخصيته، فمن خالط جلساء السوء ؛ انحرفوا به عن الجادة، فالمرء على دين خليله ؛ ولذلك فمن كانت هذه حالته فإنه يصعب التأثير عليه ؛ نظراً لتكاتف رفقة السوء عليه، ولقلة حيائهم، ومجاهرتهم برد الحق، وتفاخرهم بارتكاب المعاصي والآثام. ففي هذه الحالة يجب الانفراد بالمدعو بعيداً عن هذه الرفقة السيئة حتى يمكن التأثير عليه إن شاء الله تعالى.

◄ الحالة النفسية للمدعو: إن من الأسباب العائقة عن الهداية نفور المنحرفين من الدعاة والمتمسكين بالدين، فهؤلاء يصعب دعوتهم إلى محاضرات عامة، فيلزم على الداعية أن يستخدم معهم الدعوة الفردية حتى يبين لهم الحق، ثم إن هداهم الله تعالى يمكن أن ينخرطوا ضمن الدروس العامة.

◄ معالجة جوانب النقص في الأفراد: قد يكون عند بعض الأفراد جوانب نقص، أو عيوب شخصية، ولهذا لا يمكن أن تعالج هذه الأمور ضمن الدعوة الجماعية، بل يجب أن يستخدم الداعية الدعوة الفردية لمناقشة المدعو، وتبصيره بهذه الأمور.

أطوار الدعوة الفردية: هناك مراحل ينبغي أن تمر فيها الدعوة الفردية إذا أراد الداعية أن تؤتي دعوته ثمرتها. وهذه المراحل تختلف من مدعو إلى آخر، فمنهم من يتدرج معه حسب ما سطرناه ها هنا - وهذا أمر اجتهادي - ومنهم من يمكن أن يتجاوز بعض الأطوار. وهذا الأمر راجع إلى الداعية نفسه، فهو الذي يختار كيف يتعامل مع مدعوه، فمتى عرف أنه لا بد أن يمر مع المدعو بكل الأطوار مر معه، ومتى عرف أنه يمكن أن يتجاوز أي طور من الأطوار التي سنذكرها، فلا يضيع الوقت فيما لا فائدة فيه.

وإليك هذه الأطوار:

- الطور الأول: أن يوجد الداعية صلة تعارف مع المدعو بحيث يشعره بأنه مهتم به، وذلك بتفقده ما بين الحين والآخر، والسؤال عنه إذا غاب، وزيارته إذا مرض هذا كله قبل أن يفتح عليه باب الدعوة، حتى إذا صارت القلوب متقاربة، والأرواح متآلفة، ووجد التهيوء من المدعو لتقبل دعوة الداعية طرق الكلام فيما يريد، وليعلم الداعية أنه بقدر نجاحه في هذا الطور مع المدعو يكون التأثير والاستجابة للدعوة، وأي تسرُّع في هذا الطور قد يحدث النفرة من المدعو.

- الطور الثاني: على الداعية أن يعمل على تقوية الإيمان عند المدعو ؛ وذلك أن أصل الإيمان في الغالب موجود إلا أنه تتفاوت نسب الضعف من شخص إلى آخر. وإذا أراد الداعية أن يعالج هذه القضية فعليه أن لا يدخل في الحديث عن الإيمان مباشرة بل عليه أن يستغل الأحداث بمختلف أنواعها، وأن يربطها بالأدلة الواردة في القرآن والسنة، فمثلاً: حصل مولود لشخص، فيبدأ الداعية بالكلام حول خلق الله لأبينا آدم، ثم كيف أن الله جعل ذريته من ماءٍ مهين، وكيف جعل رحم المرأة مكاناً لنشوء الجنين، وكيف أوصل له غذاءه طيلة تسعة أشهر، ثم كيف خرج... إلى

آخر ذلك. مع ربط جميع المراحل بالقرآن والسنة، فإنه ما ينتهي من كلامه- إن شاء الـلـه - إلا وقد بدأ الإيمان بالازدياد عند المدعو، مما يجعله متقبلاً لكل ما يلقى عليه، فإذا شعر الداعية بأن المدعو بدأ يتأثر بكلامه، وارتفع نوعاً ما، انتقل به إلى الطور الثالث.

- الطور الثالث: يبدأ الداعية في إعطاء التوجيهات للمدعو التي من شأنها أن تصلح من عبادة المدعو وسلوكه ومظهره، فلربما كان في عبادته كثير من الأخطاء، أو أنه لا يصلي الصلوات في جماعة والمسجد منه قريب، وكذلك يعرفه على العبادات المفروضة، فيعلمه كيفية الوضوء، وكيفية الصلاة، ويأمره بالابتعاد عن السبل التي توصله إلى سخط الـلـه عز وجل.

وأما إذا كان محافظاً على الجماعة، ولكن عنده بعض التقصير فليعمل الداعية على تبصير المدعو بالمعتقد السليم الذي هو معتقد السلف الصالح رضوان الـلـه عليهم.

ويحسن بالداعية أن يبدأ بإهداء وإعارة بعض الكتب والأشرطة النافعة في مجال العقيدة والإيمان، والترغيب والترهيب... الخ.

ويعرفه على بعض الشباب الصالحين، ويأمر الشباب الملتزم بالإحاطة بهذا الفرد حتى لا يترك مجالاً لقرناء السوء من اجتذابه مرة أخرى. وبهذا نضمن بإذن الـلـه تعالى استمرارية استقامة المدعو.

- الطور الرابع: يبدأ الداعية بتوضيح شمولية الإسلام، وأنه ليس مقصوراً فقط في الصلاة والصوم، بل إن الإسلام يجب أن يحكم في كل صغيرة وكبيرة. وبهذا يكون المدعو في هذا الطور قد حول جميع حركاته وسكناته وفق شرع الـلـه عز وجل.

- الطور الخامس: وفيه يوضح للمدعو أن الإسلام ليس معناه أن نكون مؤدين للعبادات متخلقين بالأخلاق الفاضلة وإلى هنا ننتهي،

بل يجب أن يوضح له أن الإسلام دين جماعي، نظام حياة وحكم وتشريع، عقيدة وأخلاق، ودولة وجهاد، وأمة واحدة، وأن المسلم لا يمكن أن يكون آخذاً للإسلام من جميع جوانبه إلا إذا فهم هذا الفهم السليم. فإذا فهمنا هذا الفهم السليم للإسلام، فإنه سيملي علينا مسئوليات وواجبات يجب أن نقوم بتأديتها امتثالاً لأمر الله حتى يقوم المجتمع على القواعد الصحيحة للإسلام في جميع النواحي السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية...الخ.

● الطور السادس: يوضح للمدعو ما يستوجبه الواقع الذي تمر به الدعوة إلى الله، وأنها محتاجة إلى تكاتف الجهود، ولَمّ الشمل، ووحدة الصف، والعلم حتى يتمكن المسلمون من إعادة الخلافة الإسلامية التي كاد لها أعداء الله من الداخل والخارج حتى أطاحوا بها. ومنذ ذلك الحين والمسلمون يعيشون في هذا الذل والهوان حتى صار أعداؤهم لا يبالون بهم وهذا كله نتيجة أن المسلمين رضوا بدنياهم، وابتعدوا عن العمل بكتاب الله، وعن سنة نبيهم، وتركوا الجهاد في سبيل الله، ولهذا يَقُولُ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: [إِذَا تَبَايَعْتُمْ بِالْعِينَةِ وَأَخَذْتُمْ أَذْنَابَ الْبَقَرِ وَرَضِيتُمْ بِالزَّرْعِ وَتَرَكْتُمُ الْجِهَادَ سَلَّطَ اللهُ عَلَيْكُمْ ذُلًّا لَا يَنْزِعُهُ حَتَّى تَرْجِعُوا إِلَى دِينِكُمْ][1]. فإذا أردنا العزة والتمكين، وتغيير الأحوال إلى الأصلح، وإقامة الدولة الإسلامية، فعلينا أن نبدأ بإصلاح أنفسنا وأهلينا ومجتمعنا ؛ لأن الله يقول:﴿ إِنَّ اللهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ﴾ [2].

● **الطور السابع: يحمس المدعو لطلب العلم ؛ لأنه لا يمكن أن يعبد الله كما أمر سبحانه إلا بالعلم، فيُرَغِّب المدعو بمجالسة العلماء العاملين من أهل السنة والجماعة، أصحاب المنهج السليم، ويشعره إذا وجدت محاضرات، أو جلسات خاصة سواء كان**

---

(1) رواه أبوداود وأحمد

(2) [سورة الرعد] [11] .

ذلك بالمرور عليه، أو بالهاتف كما يحثه على اقتناء الكتب النافعة، وكذا الأشرطة والمجلات... الخ.

وينبه المدعو إلى أن خير السبل هي سبيل رسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم، وهي سبيل العلم وتربية المجتمع مع تصفيته، وأنه لا يصلح آخر هذه الأمة إلا بما صلح أولها. وأنه مهما حاول المحاولون الذين ابتعدوا عن هذا المنهج أن يعيدوا الخلافة الإسلامية، فإنما مثلهم مثل من يبني بناية على شفا جرف هار يوشك أن يقع([1]).

'أساليب الدعوة ووسائلها '

ثالثاً: وسيلة الخطاب، أو الدعوة منهاجها .

قد تكون المشكلة اليوم، هي الخلل في معادلة الدعوة والعمل الإسلامي، الذي حال دون نمو الاختصاصات، والتنبه لها بشكل مبكر، والعجز عن استشراف المستقبل والتحديات المحيطة، والإبقاء على الوسائل البدائية في الدعوة والبلاغ المبين، والتوهم بأن الوسائل من الثوابت والمقدسات، التي لا يجوز تطويرها أو حتى مراجعتها ودراسة جدواها، وبذلك أصيبت أجهزة الدعوة على يد أصحابها أكثر مما أصيبت على يد أعدائها، وبدأ دور الإسلام يتضاءل ويتراجع، وينفصل عن الحياة إلي درجة يمكن أن نقول معها، إن المنبر انفصل عن المصلين في داخل المسجد، قبل أن ينفصل عن صياغة المجتمع خارج المسجد، فافتقدنا فاعلية ما نملك !!.

فالدعاة حين يدعون الناس إلى اللـه بالخروج من طاعة غير اللـه إلى طاعته وحده، ورفض شرائع العبد والتزام شرعه وحده، يشعرون بتناقض ـ حين يكون إحساسهم مرهفًا ـ بين ما يدعون الناس إليه وما يبتدعونه لأنفسهم من وسائل الوصول، إذ يكون الهدف ربانيًا والطريقة بشرية !.

---

(1) من رسالة:'الدعوة الفردية وأهميتها في تربية الأجيال' للشيخ/عقيل بن محمد بن زيد المقطري

أما حين تكون الطريقة أيضًا ربانية ؛ فإن الانسجام بينها وبين الغاية يـصبح حقيقـة واقعـة. كـذلك يشعر الدعاة ـ حين يكون فهمهم ربانيًا ـ أنهم موصـولون وأنهـم سـائرون عـلى قـدم الـرهط الكـريم مـن الأنبياء والرسل ـ عليهم صلوات الـلـه وسلامه ـ فتمتلىء أرواحهم بالأنس، ونفوسهم بالبهجـة، ويـستهينون بالصعاب حين يرون في الأفق البعيد موكب لسادة العظماء عليهم الصلاة والسلام.

إذن لو أردنا معرفة المنهج فإننا لا نستطيع معرفته إلا من خلال الأسـلوب النبـوي في تربيـة ذلـك الجيل السامق الفريد، وأسلوب الصحابة والتابعين بإحسان، ومن التجارب، فالحكمة ضالة المـؤمن يأخـذها من أي وعاء خرجت، أما كيفية الاستقاء فالمرجع فيها هو القرآن، والسيرة الكريمة في مكة والمدينة، والـسنة عمومًا. فتؤخذ النصوص بجملتها وتكون أساسًا لمنهج تربوي تفصيلي، دون طمس لأي جانـب، ودون إبـراز لجانب على حساب جانب، فلا نريد أن نعلي مـن شـأن الجانـب الروحـي عـلى حـساب الجانـب الفكـري، والعملي، والحركي الجهادي، ولا هذا على ذاك بل خطوط متوازية متكاملة تكوّن تلك الشخصية المتكاملة.

ولذا سوف يدور هذا المبحث حول عدد من النقاط نجملها ثم نفصل الحديث عنها لاحقاً ونـسأل الـلـه العلي القدير التوفيق والسداد وهي:

- ♦المنابر المتاحة والتقصير الواضح . ♦ مراعاة مقتضى حال المدعو.
- ♦ اللغة. ♦انتهاز الفرص.
- ♦أشغال الناس عن الفكرة الباطلة بالفكرة الصحيحة.
- ♦البعد عن التعصب المقيت.

♦المنابر المتاحة والتقصير الواضح:

فلو أحصينا عدد منابر الجمعة اليوم في العالم الإسلامي، التي يبدأ بنـاء مـساجدها

إلي جوار أول بيت في القرية، ويمتد إلي كل حي في المدينة – وخطبة الجمعة والسعي إليها، والسماع لها دون لغو أو انصراف من فروض الدين – لأدركنا أهمية المواقع والوسائل الخطابية التي نمتلكها، وما يمكن أن تفعله في العالم لو كنا في مستوى المسؤولية المنوطة بنا، واستشعرنا التحدي الذي يواجهنا ... والمنبر، بعض أشياء المسجد، ووسائله، فإذا أضفنا إلي ذلك المحراب وعطاءه خمس مرات يوميا، يتلو المعجزة البيانية على عقول وقلوب الأمة، وشعيرة الأذان التي تعلن بالمرتكزات الأساسية للعقيدة والرسالة الخاتمة، تنادي الناس وتوقظ النيام كلما كادوا يغفلون، لأدركنا أي تخاذل في الخطاب، وأي عطالة فكرية تعيشها، الأمر الذي يقتضي أن نؤدب على معاصينا أكثر مما نحن فيه.

ولعل بعض وسائل وأساليب الخطاب الإسلامي المعاصر، تؤثر سلبا على مسار الدعوة الإسلامية ومواقف الناس منها، وذلك عندما يكون سيئا، أو جاهلا، أو غبيا، أو ساذجا، فيسيء إلي الإسلام وعظمته، ويزهد الناس فيه، ويخوفهم منه، يجعلهم يتوهمون أن حالتهم أفضل مما يدعون إليه.

لذلك نقول: إن الخطاب الإسلامي المعاصر لم يتمكن من استيعاب أقرب الناس إليه، أو أكثرهم استعدادا للتجاوب معه، وهم جمهور المسجد، علاوة عن كسب الآخرين ... فهو خطاب أقرب إلي السلبية، والجزئية، والأحادية، والارتجال، والحماس، والذاتية، منه إلى التفاعل مع هموم الأمة.

ولذا لو نظرنا إلى عالمنا الإسلامي اليوم سنجد عجباً، فنحن اليوم يكثر فينا الخطباء، ويغيب عنا الفقهاء، بالمعني العام لكلمة الفقه، لا نزال نفتقد الكوادر البشرية المسلمة المتخصصة والمدربة، على الرغم من هذا التاريخ العريق في الدعوة ومسؤولية البلاغ المبين.

لقد استطاع المسلمون في جيل القدوة أن يوظفوا كل الإمكانيات المتاحة للخطاب، فوقفوا على أعلى مكان، ورفعوا أصواتهم إلي القدر المستطاع لإيصال صوت الإسلام بالأذان ... ووقف الرجال من حول الرسول ﷺ يبلغون صورته وتعاليمه إلى أسماع لم

يصلها الكلام، سواء كان ذلك في الخطبة، أو الدرس، أو الصلاة ... استخدموا كل ما هو متاح في البيئة المحيطة بهم من الوسائل الممكنة، وكانوا في مستوى إسلامهم وعصرهم ... لكن للأسف، توقف المسلمون، وتطورت وسائل الإعلام على أيدي غيرهم.

♦ مراعاة مقتضى حال المدعو:

لقد كان الرسول صلى الله عليه وسلم يتخول الناس بالموعظة مخافة السامة ... عَنْ أَبِي وَائِلٍ قَالَ: كَانَ عَبْدُ اللهِ([1]) ﷺ يُذَكِّرُ النَّاسَ فِي كُلِّ خَمِيسٍ، فَقَالَ لَهُ رَجُلٌ: يَا أَبَا عَبْدِ الرَّحْمَنِ لَوَدِدْتُ أَنَّكَ ذَكَّرْتَنَا كُلَّ يَوْمٍ، قَالَ: أَمَا إِنَّهُ يَمْنَعُنِي مِنْ ذَلِكَ أَنِّي أَكْرَهُ أَنْ أُمِلَّكُمْ، وَإِنِّي أَتَخَوَّلُكُمْ بِالْمَوْعِظَةِ كَمَا كَانَ النَّبِيُّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَتَخَوَّلُنَا بِهَا مَخَافَةَ السَّآمَةِ عَلَيْنَا([2]).

وكان يحذر أصحابه الذين يطيلون في العبادة حتى تشق على الناس، من فتنتهم عن دينهم ... عَنْ جَابِرٍ ﷺ قَالَ كَانَ مُعَاذٌ ﷺ يُصَلِّي مَعَ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ثُمَّ يَأْتِي فَيَؤُمُّ قَوْمَهُ فَصَلَّى لَيْلَةً مَعَ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْعِشَاءَ، ثُمَّ أَتَى قَوْمَهُ فَأَمَّهُمْ فَافْتَتَحَ بِسُورَةِ الْبَقَرَةِ فَانْحَرَفَ رَجُلٌ فَسَلَّمَ، ثُمَّ صَلَّى وَحْدَهُ وَانْصَرَفَ. فَقَالُوا لَهُ: أَنَافَقْتَ يَا فُلَانُ؟!. قَالَ: لَا وَاللهِ، وَلَآتِيَنَّ رَسُولَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَلَأُخْبِرَنَّهُ، فَأَتَى رَسُولَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللهِ إِنَّا أَصْحَابُ نَوَاضِحَ([3]) نَعْمَلُ بِالنَّهَارِ، وَإِنَّ مُعَاذًا صَلَّى مَعَكَ الْعِشَاءَ، ثُمَّ أَتَى فَافْتَتَحَ بِسُورَةِ الْبَقَرَةِ. فَأَقْبَلَ رَسُولُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَلَى مُعَاذٍ فَقَالَ: [يَا مُعَاذُ أَفَتَّانٌ أَنْتَ اقْرَأْ بِكَذَا وَاقْرَأْ بِكَذَا] قَالَ: سُفْيَانُ فَقُلْتُ

---

(1) المقصود عبد الله بن مسعود ـ ﷺ.
(2) البخاري برقم (70) وعبد لله هو ابن مسعود ﷺ .
(3) المقصود الإبل .

لِعَمْرٍو: إِنَّ أَبَا الزُّبَيْرِ حَدَّثَنَا عَنْ جَابِرٍ أَنَّهُ قَالَ اقْرَأْ وَالشَّمْسِ وَضُحَاهَا، وَالضُّحَى وَاللَّيْلِ إِذَا يَغْشَى، وَسَبِّحْ اسْمَ رَبِّكَ الْأَعْلَى. فَقَالَ عَمْرٌو: نَحْوَ هَذَا ([1]).

وكان الإمام علي رضي الله عنه يوصي بمخاطبة الناس على قدر عقولهم ويقول مستنكرا: « أتحبون أن يكذب الله ورسوله » ؟!([2]).

وتعريف البلاغة – كما هو معلوم – هو مطابقة الكلام لمقتضى الحال ([3])... فأين واقع الإعلام الإسلامي من حال المتلقي ؟!.

ومع ذلك، لا نزال في دعوتنا وخطابنا الإسلامي، إن صح التعبير، نلقي الكلام على عواهنه دون أية دراية بمقتضى الحال، حتى أصبح عندنا: كل مقال يصلح لكل مقام، وكل إنسان يصلح لكل عمل، وكأننا نعيش غربة الميراث الثقافي الإسلامي، وكيفية الإفادة منه، وغربة العصر وفهمه، وكيفية التعامل معه.

♦ اللغـــة:

إن عالمية الرسالة تقتضي عالمية الخطاب، وعالمية الخطاب لا تبلغ مداها المطلوب ما لم تكن عندنا القدرة أولا على فهم العالم بعقائده، وثقافاته، وتاريخه، وحاضره، ومشكلاته، وتطلعاته، وفهم الكيفيات والآليات التي يتم من خلالها تشكيل الرأي العام، وشروط تغيره، والتأثير عليه، كأمور لا بد منها لتحديد المداخل الحقيقية للخطاب، كما لا بد لنا من التمكن من لغات الخطاب العالمية لنكون في مستوى التكليف في قوله تعالى: « وما أرسلنا من رسول إلا بلسان قومه ليبين لهم » ([4])... فاللغة هي المفتاح الأول، ووسيلة الفهم بأحوال المخاطب.

---

(1) مسلم برقم (465) .

(2) رواه البخاري برقم (127).

(3) انظر أبجد العلوم ج1 ص . 288 لصديق القنوجي ط دار الكتب العلمية بيروت

(4) (إبراهيم . 40).

♦انتهاز الفرص:

فاستغلال الحوادث التي تمر علينا، مهمة كبيرة من مهام التربية، ووسيلة من وسائل الخطاب الناجح، ينطبع أثرها في نفس المدعو، فلا يزول أثرها بسهولة. فالخطيب الفطن لا يترك الأحداث تذهب سدى بغير عبرة وبغير توجيه، وإنما يستغلها لتربية النفوس وصقلها وتهذيبها. وكان القرآن ينزل مع الأحداث، فيؤثر في النفوس أبلغ التأثير.

♦أشغال الناس عن الفكرة الباطلة بالفكرة الصحيحة.

من وسائل الدعوة الناجحة لفت النظر إلى الأخطاء من طرف خفي، وإن كان الداعية مخطئًا فليسلّم بخطئه، ولا يواجه من معه باللوم والتعنيف عندما يخطئون، فإنّ ذلك يضر ولا يجدي، والداعية لا يستنكف عن مجاهدة نفسه فيما يحب ويكره، فإن كنت مخطئًا فقل: 'إني أرى هذا الرأي فقد أكون مخطئًا' أو أرجو منك أن تصحح خطئي إن كنت مخطئًا، فكثيرًا ما أخطيء، فهذا عمر بن الخطاب (رضي اللـه عنه) يقول:'رحم اللـه امرءًا أهدى إليّ عيوبي' ويتجنب الداعية النصح في مكان عام بين الناس، ولكن يجعل نصيحته سرًا، فإنها أبلغ في التأثير.

♦البعد عن التعصب المقيت:

من وسائل الدعوة الناجعة والمؤثرة، والتي يغفل عنها الكثيرون، وينبغي أن يعلم أن التعصب صفة ذميمة، تحمل الإنسان على إتباع الهوى، وتدفعه إلى الميل عن جادة الصواب، وتحجب عينيه عن رؤية الحق، فيخبط خبط عشواء، وقد ذمّ العلماء التعصب وحاربوه، وهذه بعض عباراتهم في ذلك:

قال أبو نُعيم: (قاتل اللـه التعصب ما أشنع إخساره في الميزان) ([1]).

---

(1) حلية الأولياء 9/ 11.

وقال شيخ الإسلام ابن تيمية:[وأما لتعصب لأمر من الأمور بلا هـدى مـن الـلـه، فهـو مـن عمـل الجاهلية، ومن أضل ممن اتبع هواه بغير هدى من الـلـه] ([1]).

وقال الشوكاني:[والمتعصب وإن كان بصره صحيحاً، فبصيرته عمياء وأذنه عن سـماع الحـق صـماء، يدفع الحق، وهو يظن أنه ما دفع غير الباطل، ويحسب أن ما نشأ عليه هو الحق، غفلـة منـه وجهلاً بمـا أوجبه الـلـه عليه من النظر الصحيح، وتلقـي مـا جـاء بـه الكتـاب والـسنة بالإذعـان والتـسليم، ومـا أقـل المنصفين بعد ظهور هذه المذاهب في الأصول والفروع، فإنه صار بها باب الحـق مرتجـاً، وطريـق الإنـصاف مستوعرة، والأمر لله سبحانه والهداية منه

يأبى الفتى إلا إتباع الهوى ومنهج الحق له واضح]([2])

وقال الشوكاني أيضاً:[فعليك أيها العامل بالكتاب والسنة، المبرأ من التعـصب والتعـسف، أن تـورد عليهم حجج الـلـه، وتقيم عليهم براهينه، فإنه ربما انقاد لك منهم، مـن لم يـستحكم داء التقليـد في قلبـه، وأما من قد استحكم في قلبه هذا الداء، فلو أوردت عليه كل حجة، وأقمت عليه كل برهـان، لمـا أعـارك إلا أذناً صماء، وعيناً عمياء، ولكنك قد قمت بواجب البيان الذي أوجبه عليـك القـرآن، والهدايـة بيـد الخـلّاق العليم:(إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ الـلـه يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ) ([3])].

وقال العلامة ابن القيم:[ومـنهـا الـدعاء بـدعوى الجاهليـة، والتعـزي بعـزائهم، كالدعاء إلى القبائل والعـصبية لهـا وللأنـساب، ومثلـه التعـصب للمـذاهب والطرائـق

---

(1) مجموع الفتاوى 28/11

(2) تفسير فتح القدير 2/ 243 .

(3) [سورة القصص الآية 56] تفسير فتح القدير 4/ 104 .

والمشايخ، وتفضيل بعضها على بعض، بالهوى والعصبية، وكونه منتسباً إليه، فيدعو إلى ذلك ويوالي عليه ويعادي عليه، ويزن الناس به، كل هذا من دعوى الجاهلية] ([1]).

وقال الزرقاني:[واعلم أن هناك أفراداً، بل أقواماً تعصبوا لآرائهم ومذاهبهم، وزعموا أن من خالف هذه الآراء والمذاهب، كان مبتدعاً متبعاً لهواه، ولو كان متأولاً تأويلاً سائغاً، يتسع له الدليل والبرهان كان رأيهم ومذهبهم هو المقياس والميزان، أو كأنه الكتاب والسنة والإسلام، وهكذا استزلهم الشيطان، وأعماهم الغرور، ولقد نجم عن هذه الغلطة الشنيعة، أن تفرق كثير من المسلمين شيعاً وأحزاباً، وكانوا حرباً على بعضهم وأعداءً، وغاب عنهم أن الكتاب والسنة والإسلام، أوسع من مذاهبهم وآرائهم، وأن مذاهبهم وآرائهم أضيق من الكتاب والسنة والإسلام، وأن في ميدان الحنيفية السمحة، متسعاً لحرية الأفكار، واختلاف الأنظار، ما دام الجميع معتصماً بحبل من الله، ثم عاب عنهم أن الله تعالى يقول:(وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا)([2]). ويقول جل ذكره:(إِنَّ الَّذِينَ فَرَّقُوا دِينَهُمْ وَكَانُوا شِيَعًا لَسْتَ مِنْهُمْ فِي شَيْءٍ) ([3]). ويقول تقدست أسماؤه: (وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُو وَاخْتَلَفُوا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ وَأُولَئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ يَوْمَ تَبْيَضُّ وُجُوهٌ وَتَسْوَدُّ وُجُوهٌ)([4]).

لمثل هذا نربأ بأنفسنا وبإخواننا أن نتهم مسلماً بالكفر أو البدعة والهوى، لمجرد أنه خالفنا في رأي إسلامي نظري، فإن الترامي بالكفر والبدعة من أشنع الأمور، ولقد قرر علماؤنا أن الكلمة إذا احتملت الكفر من تسعة وتسعين وجهاً، ثم احتملت الإيمان من وجه واحد، حملت على أحسن المحامل، وهو الإيمان وهذا موضوع مفروغ منه، ومن

---

(1) زاد المعاد في هدي خير العباد 471/2 .

(2) سورة آل عمران، الآية 103

(3) سورة الأنعام الآية 159

(4) سورة آل عمران الآيات 105-106.

التدليل عليه، لكن يفت في عضدنا غفلة كثير من إخواننا المسلمين، عن هذا الأدب الإسلامي العظيم الذي يحفظ الوحدة، ويحمي الأخوة، ويظهر الإسلام بصورته الحسنة، ووجهه الجميل من السماحة واليسر، واتساعه لكافة الاختلافات الفكرية، والمنازع المذهبية والمصالح البشرية، ما دامت معتصمة بالكتاب والسنة، على وجه من الوجوه الصحيحة التي يحتملها النظر السديد، والتأويل الرشيد، ولقد حدث مثل هذا الاختلاف على عهد رسول الله بين أصحابه، فما تنازعوا من أجله، بل أخذ كل برأيه، وهو يحترم الآخر ورأيه، وأقرهم الرسول صلى الله عليه وسلم على ذلك، ولم يُعِبْ أحداً منهم على رغم أنه يترتب على بعض هذه الاختلافات أن ترك بعضهم الصلاة في وقتها اجتهاداً منه...] ([1]).

وقال الإمام ابن عبد الهادي الحنبلي:(وما تحلى طالب العلم بأحسن من الإنصاف وترك التعصب) ([2]).

وقال العلامة ابن القيم في نونيته:

وتعـرَّ من ثوبين من يلبسهم يلقى الردى بمذمةٍ وهـوان

ثوب من الجهل المركب فوقه ثوب التعصب بئست الثوبان

وتحـلَّ بالإنصاف أفخر حـلة زينت بها الأعطاف والكتفان

واجعل شعارك خشية الرحمن مع نصح الرسول فحبذ الأمران([3])

- **كسب قلوب الناس:**

فإن كسب قلوب الناس ليكونوا بعد ذلك للدعوة محبين وإليها مقبلين ولجندها

---

(1) بشيء من التصرف والزيادات من مناهل العرفان الزرقاني 2/ 27.

(2) نصب الراية 355/1، وانظر أدب الاختلاف لمحمد عوامة ص 83 .

(3) شرح قصيدة ابن القيم 1/ 124 .

مناصرين من الموضوعات المهمة التي ينبغي أن يوليها الدعاة عنايتهم واهتمامهم.. وأن يكون لها نصيب كبير من تفكيرهم وتخطيطهم..

وتأتي أهمية هذا الموضوع من جوانب عدة منها:

أولاً: أن كسب قلوب الناس طريق ووسيلة إلى تقبلهم الحق وبعض الناس معرض عن دعوة الله لعدم انسجامه مع الداعية نتيجة لبعض تصرفاته الخاطئة وقد ثبت عنه صلى الله عليه وسلم أنه قال ((يا أيها الناس إن منكم منفرين))[1].

ثانياً: صنف من الدعاة لا يهتم بمعاملة الناس ولا يبالي بموقف الناس منه ولهذا نشأت بينه وبينهم هوة كبيرة حالت دون تبليغ دعوة الله في الوقت الذي نجد فيه بعضاً من أصحاب الأفكار المنحرفة أوجدوا لأفكارهم أتباعاً ولمبادئهم جنوداً وأنصاراً لأنهم عرفوا كيف يتعاملون مع الناس فكسبوا قلوبهم وحركوا نفوسهم إلى ما لديهم من باطل.

ثالثاً: أن كسب الدعاة لقلوب الناس يبدد الجهود المضنية لأعداء الدين على اختلاف مشاربهم وتباين نحلهم والتي يبذلونها في تشويه صورة دعاة الحق بما يبثونه من إشاعات وافتراءات كاذبة عبر وسائل الإعلام المختلفة.. فمعاملة الداعية للناس معاملة الأب الشفيق الرحيم الذي يحرص عليهم كما يحرص على نفسه ويحب لهم ما يحب لها يسد الأبواب أمام أهل الباطل فلا يستطيعون النيل منه أو إثارة الشبهات حوله..

رابعاً: حاجة الدعوة للتفاعل مع الناس، وهذا التفاعل لن يثمر الثمار المرجوة منه إلا إذا أخذنا بأساليب كسب القلوب التي سنها لنا الرسول (صلى الله عليه وسلم) وفي حديث ابن عمر رضي الله عنه، عن النبي (صلى الله عليه وسلم) أنه قال: "

---

(1) رواه مسلم برقم (446).

المؤمن الذي يخالط الناس ويصبر على أذاهم خير من المؤمن الذي لا يخالط الناس ولا يصبر على أذاهم" ([1])

خامساً: أن قيام الدعاة بكسب قلوب الناس من حولهم يزيد في ترابط أفراد المجتمع المسلم، ويجعلهم أفراداً متراحمين متعاطفين وهذا مطلب شرعي في حد ذاته: "مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم مثل الجسد، إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى"([2]).

وهنا سؤال كبير فحواه كيف نكسب القلوب ؟!!

للإجابة عن هذا السؤال نطرح مجموعة من الوسائل لكسب ود الناس وحبهم، وقد استقينا بعضها من رسالة للأخ / مازن بن عبد الكريم الفريح جزاه الله خيراً.

◊ الوسيلة الأولى: خدمة الناس وقضاء حوائجهم:

جبلت النفوس على حب من أحسن إليها، والميل إلى من يسعى في قضاء حاجاتها؛ ولذلك قيل:

أحسن إلى الناس تستعبد قلوبهم فطالما استعبد الإنسان إحسان

وأولى الناس بالكسب هم أهلك وأقرباؤك ؛ ولذلك قال رسول الله (صلى الله عليه وسلم):"خيركم خيركم لأهله وأنا خيركم لأهلي"([3]). وعندما سئلت عائشة- رضي الله عنها-: مَا كَانَ النَّبِيُّ صَلَّى الله عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَصْنَعُ فِي أَهْلِهِ ؟.قَالَتْ: كَانَ فِي مِهْنَةِ أَهْلِهِ فَإِذَا حَضَرَتْ الصَّلَاةُ قَامَ إِلَى الصَّلَاةِ ([4]).

---

(1) رواه الترمذي، وابن ماجة .
(2) رواه البخاري، ومسلم .
(3) أخرجه الترمذي، وأبو داود .
(4) البخاري .

ومنا من لا يبالي بكسب قلوب أقرب الناس إليه كوالديه وزوجته وأقربائه فتجد قلوبهم مثخنة بالكره أو بالضغينة عليه لتقصيره في حقهم، وانشغاله عن أداء واجباته تجاههم. ومن أصناف الناس الذين نحتاج لكسبهم ولهم الأفضلية على غيرهم الجيران لقوله (صلى الله عليه وسلم) "من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليكرم جاره ". "مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلَا يُؤْذِي جَارَهُ "([1]).وقوله في النساء: " وإن أعوج ما في الضِّلَعِ أَعْلَاهُ فَإِنْ ذَهَبْتَ تُقِيمُهُ كَسَرْتَهُ وَإِنْ تَرَكْتَهُ لَمْ يَزَلْ أَعْوَجَ فَاسْتَوْصُوا بِالنِّسَاءِ خَيْرًا وأي إكرام أكبر من دعوتهم إلى الهدى والتقى ؛ بل قال عليه أفضل الصلاة والسلام-: " لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه أو قال لجاره ما يحب لنفسه"([2]). ولذلك ينبغي أن نتحبب إلى الجار فنبدأه بالسلام ونعوده في المرض، ونعزيه في المصيبة، ونهنئه في الفرح ونصفح عن زلته، ولا نتطلع إلى عورته، ونستر ما انكشف منها، ونهتم بالإهداء إليه وزيارته، وصنع المعروف معه، وعدم إيذائه.. وقد نفى الرسول (صلى الله عليه وسلم) الإيمان الكامل عن الذي يؤذي جاره فقال:" والله لا يؤمن، والله لا يؤمن، والله لا يؤمن"، قال قائل: من هو يا رسول الله ؟ قال:" الذي لا يأمن جاره بوائقه"([3])([4]).

◊الوسيلة الثانية: السماحة في المعاملة

يوجز الرسول(صلى الله عليه وسلم)أصول المعاملة التي يدخل فيها المسلم إلى قلوب الناس ويكسب ودهم وحبهم فيقول: "رحم الله رجلاً سمحاً إذا باع وإذا اشترى وإذا قتضى" وفي رواية "وإذا قضى". فالسماحة في البيع: ألا يكون البائع شحيحاً بسلعته، مغالياً في الربح، فظاً في معاملة الناس.

---

(1) البخاري

(2) مسلم .

(3)البخاري.

(4) والبوائق هي الشرور والأذى .

والسماحة في الشراء أن يكون المشتري سهلا مع البائع فلا يكثر من المساومة ؛ بل يكون كريم النفس وبالأخص إذا كان المشتري غنيا والبائع فقيراً معدماً. والسماحة في الاقتضاء: أي عند طلب الرجل حقه أو دينه فانه يطلبه برفق ولين.. وربما تجاوز عن المعسر أو أنظره كما في حديث أبي هريرة مرفوعا:" كان رجل يداين الناس فإذا رأى معسرا قال لفتيانه تجاوزوا عنه لعل اللـه أن يتجاوز عنا فتجاوز اللـه عنه" والسماحة في القضاء: هو الوفاء بكل ما عليه من دين أو حقوق على أحسن وجه في الوقت الموعود وانظر كيف دخل الرسول صلى اللـه عليه وسلم إلى قلب هذا الرجل الذي روى قصته الإمام البخاري في صحيحه عن أبي هريرة قال: (أن رجلاً أتى النبي صلى اللـه عليه وسلم فتقاضاه فأغلظ فهمّ به أصحابه فقال النبي صلى اللـه عليه وسلم دعوه فإن لصاحب الحق مقالاً ثم قال أعطوه سناً مثل سنه قالوا يا رسول اللـه لا نجد إلا أفضل من سنه فقال أعطوه فإن خيركم أحسنكم قضاء) فقال الرجل (أوفيتني أوفى اللـه بك).

ومن السماحة في المعاملة: عدم التشديد في محاسبة من قصر في حقك. فعن أنس قال (خدمت رسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم عشر سنين واللـه ما قال لي: أف قط ولا قال لشيء فعلته لم فعلت كذا وهلا فعلت كذا)

يقول الشيخ / عبد الرحمن عبد الخالق:

ومن الوسائل: الدعوة إلى الطعام، واستخدام الولاء القبلي كما فعله سعد بن عبادة، وأسيد بن حضير، فقد دعا كل منهما قبيلته -وهو شيخها- فدخلوا جميعاً في الإسلام في ليلة واحدة.

ومن الوسائل النافعة: حمل الدعوة مع التجارة، فقد دخل بدعوة التجار المسلمين أمم وشعوب كثيرة، وكذلك السياحة، والمراسلات، والمناظرات، واستغلال المناسبات الاجتماعية كحفلات الزواج، والجنائز... هذا عدا عن الدروس العلمية، والخطابة، وإنشاء الشعر والأدب.

والخلاصة: أنه يمكن لكل أحد أن يدعو إلى الـلـه، وأن يبلغ الحق، وينشر الخير حتى ولو كان ممـن لا يستطيع أن يحفظ العلم ويؤديه كما سمعه، فإنه يستطيع أن ينشر الكتاب، والشريط ويدل على الخير، وأن يكثر سواد الدعاة إلى الـلـه بمصاحبتهم فضلاً عما ينفعه الـلـه به من صحبتهم ([1]).

---

(1) من رسالة للشيخ عبد الرحمن عبد الخالق بعنوان (أصول الدعوة إلى الـلـه) .

الفصل الخامس

"دور البرامج الدينية في مؤسسة الاذاعة والتلفزيون في التحولات والتغيرات الحادثة في الوطن العربي"

الفصل الخامس

"دور البرامج الدينية في مؤسسة الاذاعة والتلفزيون في التحولات والتغيرات الحادثة في الوطن العربي"

شهدت ساحة الوطن العربي العديد من التحولات والتغيرات التي تراوحت بين مطالبة بتغيير الانظمة وقد تحقق ذلك، وبين مطالبة بتغيير الانظمة ولكنها لازالت تراوح مكانها بين كرّ وفرّ، وبين مطالبة بتعديلات دستورية واصلاحات سياسية وادارية واقتصادية ومحاربة الفساد والمفسدين، وامتازت التحركات في الاردن عن غيرها من الدول العربية باتفاق الشعب الاردني قاطبة بمختلف فئاته ومنابته واطيافه الفكرية والثقافية والسياسية على حماية النظام كونه صمام الأمان لحماية البلد، واتفاق الشعب الاردني أيضا على ضرورة ووجوب الاصلاح ومكافحة الفساد، ورافق ذلك اصرار ملكي على ضرورة الاصلاح ومكافحة الفساد ووجّه الحكومة لذلك، ورسم لها خاطة طريق تسير عليها في مسيرة الاصلاح، ولكن كان الاختلاف في طريقة التعبير عن المطالبة بالاصلاح، ففي الوقت الذي أيد فيه البعض توجهات جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين حفظه الله ورعاه، والخارطة التي رسمها للاصلاح، رأت فئة اخرى ضرورة الاسراع والاصلاح الفوري، مما أدى الى حصول احتكاكات ومشاحنات رافقتها سلوكيات واحداث أضرت بالوطن والمواطن.

كان للاعلام بجميع أنواعه المرئي والمسموع والمكتوب والالكتروني دورا فاعلا في التعامل مع هذه التحولات، من خلال نقل الاخبار حتى اصبح المواطن في كل انحاء العالم يشعر وكأنه يعيش داخل الحدث نتيجة للتغطية الاخبارية على مدار الساعة، ومن خلال التحليلات والطروحات والمناقشات لهذه التحولات.

ونظرا للأساس الديني عند الناس وحرصهم عليه كان للاعلام الديني دور مهم في توجيه المواطن وارشاده للطريق الصحيح في التعبير عن الرأي وعدم الالتفات للاراء

الداعية الى العنف والتخريب والتدمير وبيان حكم هذه السلوكيات الخاطئة التي رافقت التحركات المنادية بالاصلاحات، والتأكيد على مبدأ الدين الاسلامي في حرمة الدماء والاعراض والاموال وحماية مقدرت الوطن كي ننعم بنعمة الامن والامان التي امتن الله سبحانه وتعالى على امته بها.

لكل ماذكر تأتي أهمية هذه الدراسة التي نهج الباحث في تقسيمها الى مقدمة وأربعة فصول وخاتمة.

في المقدمة: بيّن الباحث أهمية هذه الدراسة، وخطته فيها.

وفي الفقرة الأولى: تحدث الباحث عن التحولات والتغيرات في الوطن العربي، والظروف التي ادت الى خلق هذا الجو أو سارعت فيه، وخصائصها ومميزاتها، واسبابها، وأهمية المشاركة السياسية، ودوافعها والعوامل المؤثرة في المشاركة فيها.

وفي الفقرة الثانية: تحدث الباحث عن دور الاعلام في التحولات والتغيرات في الوطن العربي، والرأي العام ومراحل تكوينه، والاعلام ودور الشباب في التحولات، أهداف وغاية الاعلام، وظائف ومهام الاعلام، منهج الاعلام في طرح القضايا.

وفي الفقرة الثالثة: تحدث الباحث عن دور الاعلام الديني في التحولات والتغيرات في المجتمعات العربية، خصائص ومميزات الاعلام الديني، مبادئ الاعلام الديني، صفات الاعلامي الديني، معيقات الاعلام الديني.

وفي الفقرة الرابعة: تحدث الباحث عن دور البرامج الدينية في مؤسسة الاذاعة والتلفزيون الاردنية في التحولات والتغيرات في الوطن العربي، مميزات الاذاعة عن غيرها من وسائل الاعلام، الاذاعة الاردنية ونشأتها وتطورها، استراتيجية الاعلام الاردني الناظمة والحاكمة لمنهجه في التعامل مع التحولات، استعراض المجالات التي تعاملت البرامج الدينية فيها مع التحولات.

الخاتمة: وضمنها الباحث أهم النتائج التي توصل اليها من دراسته.

التحولات والتغيرات الجارية في الوطن العربي

تشهد الساحة العربية تحولات وتحركات انطلقت بشكل شعبي ساعية إلى الاصلاح السياسي والاداري والمالي ومكافحة الفساد بكافة أشكاله، حماية للاوطان ومقدراتها، تحولات اتسمت بالأصرار والتصميم غير المسبوق في المنطقة العربية وفي زمننا الحاضر، بعضها سعى ويسعى لاسقاط الانظمة القائمة والتي استمر حكمها لعقود من الزمن ونجحت، والبعض الآخر سعى ويسعى لاسقاط الانظمة ولكنه لم يتوصل لنتيجة حتى الآن، وآخر سعى ويسعى لاجراء اصلاحات دستورية وتشريعية تهدف إلى تحقيق حياة سياسية وديمقراطية خالية من الفساد والمحسوبية وصولا إلى تحقيق الاستقرار والنماء والحرية والعدالة والمساواة.

ظروف التحولات والتغيرات:

وقد أدت العديد من الظروف السائدة إلى ظهور وتسارع هذه التحولات، ومن أبرز هذه الظروف ما يلي[1]:

1- حالة الضعف التي وصلت إليها بعض هذه الانظمة حتى أصبحت غير قادرة على أتخاذ أي أجراءات تحفظ ماء الوجه وتسير في طريق الاصلاح.

2- تراجع الحريات والعدالة في جو تسوده الدكتاتورية والقمع.

3- ارتباط السلطة والمال مما أدى إلى المساس بالمسؤولية نتيجة تعارض مصالح المسؤول وصاحب القرار المالية والتجارية والعملية مع تطبيق القوانين والانظمة والتعليمات

---

1 ـ انظر موقع http://www.mesc.com.jo/Activities/Act_Sem/symposium/mesc_12.21.html

4- انعدام التواصل والعلاقة بين الحاكم والمحكومين أو وجود طبقة عازلة بين الحكام والشعوب تكون رديئة التوصيل وتسعى لتحقيق وحماية مصالحها مما وسّع الفجوة بين الحاكم وشعبه.

خصائص ومميزات التحولات والتغيرات:

واتسمت هذه التحركات والتحولات بصفات وخصائص من أهمها[1]:

1- بروز دور الشباب وظهورهم على سطح الاحداث كمحرك وعنصر أساسي في هذه التحولات والتحركات.

2- السلمية في غالبيتها وعدم اللجوء الى العنف والدمار لمكونات ومقدرات المجتمع والشعب.

3- تنامي دور الاعلام في تحريك وتسريع هذه التحولات وخاصة في زمن العولمة وكثرة الفضائيات والمواقع الالكتروبية واستخدام الوسئل العلمية والتقنية والالكترونية في نشر كل جزئية وصغيرة في خط سير هذه التحولات والتغيرات.

4- الدعم الشعبي والدولي ومن جميع المنظمات والمحافل للقائمين بهذه التحولات والتحركات.

5- اتسمت هذه التحولات والحركات بشعبيتها وانها لم تتحرك بتوجيهات حزبية أو تنظيمية أو جهوية أو دولية، فمادة هذه التحولات والتحركات هي الشعب بجميع أطيافه وبساطته الذين في غالبيتهم العظمى غير منتمين سياسيا أو فكريا.

---

1 ـ انظر موقع http://www.neworientnews.com/news/fullnews.php?news_id=23139

والملاحظ أن هذه التحولات والتحركات لم تأت وليدة لحظة وسبب ولكنها حصيلة تراكمات وترسبات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، فبعد أن كان سائدا أن التغيير والتحول مستحيل ومجرد الحديث عنه تحدي للواقع السائد وتغييره ضرب من الخيال، ولكن بتوافر الارادة وتقديم التضحيات أمكن الغاء هذا التصور والفكر الذي جثم على صدر الشعوب لعقود من الزمن.

أسباب التحولات والتغيرات:

ومن الأسباب التي أدت أو ربما سارعت في هذه التحولات والتحركات ما يلي[1]:

1- الاحساس الذي تولد لدى غالبية أفراد الشعب بالقهر والغبن والغيرة على مقدرات الوطن وهي تنهب وتذهب إلى حسابات فئة خارج البلاد واهتمام هذه الفئة بزيادة أرصدتها ومراكزها السياسية والاجتماعية من خلال الاختلاس والنهب والرشوة بعيدا عن المحاسبة والعقاب، مما أدى إلى وجود زمرة متحكمة في الدولة لاتنظر ولو بطرف عين لخدمة المواطن والسهر على تقديم المساعدة له وتلمّس حاجاته وهمومه والمساعدة في حلها، وتبع ذلك أن الفقير يزداد فقرا والغني يزداد غنى مما وسّع الهوة بينهم.

2- الحالة الاقتصادية التي يعيشها الناس من ارتفاع وغلاء الاسعار المصاحب لضعف وتآكل الدخول وتنامي البطالة.

3- الركود السياسي الذي يسود بعض الانظمة وشيخوختها مما جعلها عاجزة عن مجاراة الوضع الحالي وأصبحت بحاجة ألى التغيير وضخ دماء شابة جديدة.

---

1 ـ انظر التحليل الاخباري : ملامح الثورة العربية الجديدة: بقلم غالب قنديل.
نقلا عن موقع : http://www.neworientnews.com/news/fullnews.php?news_id=23139

أدت هذه التحولات والتحركات إلى تنامي وازدياد وقوة مشاركة المواطن السياسية إذ أصبح يؤثر سياسيا بشكل مباشر أو غير مباشر، وهذه المشاركة السياسية أنقسمت إلى قسمين[1]:

القسم الأول: وهو المألوف من المشاركة في الانتخابات النيابية واختيار الممثلين للشعب والمشاركة في النقاشات والحوارات السياسية لإبداء الرأي وإسماع الصوت من خلال الندوات والمؤتمرات ومن خلال وسائل الاعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة والالكترونية، والمشاركة الحزبية والاتصال بالمسؤولين وإيصال الصوت إليهم، والمنافسة على الوظائف والمناصب العليا.

القسم الثاني: وهو غير التقليدي، ومنه ماهو قانوني مثل تقديم الشكاوى والتنبيه للخلل من خلال وسائل الاعلام بكافة أنواعها ومنها ماهو قانوني عند البعض وغير قانوني عند البعض الآخر كالمظاهرات والمسيرات والاضرابات.

ومن خلال متابعة الباحث لمجريات التحول والتغيير الجارية في الوطن العربي فإنه يرى أن التحول في الاردن اختلف عن غيره في الدول الاخرى من عدة جوانب أهما:

1- اتفاق جميع أفراد الشعب الاردني من مختلف المنابت والاصول والاطياف السياسية والفكرية والاجتماعية على ضرورة المحافظة على النظام وديمومته كونه صمام الامان في هذا البلد الذي له خصائص توجب استمرار النظام وبقائه لصالح الوطن والمواطن.

2- اتفاق جميع أفراد الشعب الاردني من مختلف المنابت والاصول والاطياف السياسية والفكرية والاجتماعية على ضرورة الاصلاح والمطالبة به كحاجة ملحة وضرورة من ضروريات الاستقرار.

---

1 ـ انظر : مفهوم المشاركة السياسية : السيد عليوة، منى محمود نقلا عن موقع . http://www.dctcrs.org/s5459.htm

3- اختلاف وجهات النظر عند المواطنين في كيفية المطالبة بالاصلاح بين مؤيد لتوجهات جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين التي رسمت خارطة طريق لآلية الاصلاح والسير فيه وبين مطالب بالاصلاح الفوري والسريع وعدم العودة الى البيت حتى يتم الاصلاح.

4- اختلف الاردن عن غيره من الدول بأن تحركات النظام تجاه الاصلاح والمطالة به لم تكن وليدة تحركات وثورات بل جاءت منذ زمن وبدعوات وتحركات ومطالبات ومتابعة من جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين.

5- شعور المواطن ولمسه على أرض الواقع رغبة الحكومة في السير بطريق الاصلاح ـ ولو كان بطيئا نوعا ما ـ والمتمثل بتشكيل لجنة الحوار الوطني ولجنة الحوار والاصلاح الاقتصادي، والسير بتعديل قانون الانتخابات والاجتماعات العامة وتحويل العديد من القضايا التي فيها شبه فساد إلى الجهات المختصة لتنظر في قانونيتها وتتخذ بشأنها الاجراءات القانونية.

6- وعي وادراك المواطن الاردني الذي منع من اتخاذه كوسيلة ودرع وآلة لتحقيق مآرب وغايات حزبية وتنظيمة وشخصية مشبوهة.

وقد أدت المشاركة السياسية في هذه التحولات والتغييرات إلى تعريف المواطن بحقوقه وواجباته وأصبح يوازن بين هذه الحقوق والواجبات[1].

دوافع المشاركة السياسية في التحولات والتغيرات:

ويسعى المواطن عادة للمشاركة السياسية لعدة دوافع منها[2]:

---

1 ـ انظر الاعلام والتنمية المعصرة . د فاروق خالد الحسنات . ط1 2011م دار اسامه للنشر والتوزيع . عمان . ص69-70

2 ـ المرجع السابق ص78-80

1- شعور المواطن بأن مشاركته السياسية هي واجب ديني ووطني والتـزام تفرضـه عليـه المواطنـة، مما يستوجب مـشاركة الجميع في التعبـير عـن آرائهـم بفاعليـة، والتعبـير عـن آرائهـم وأفكـارهم ورغباتهم وأمنياتهم بالقرارات والقوانين والسياسات المتخذة.

2- الحب الموروث في قلوب أبناء الشعب القائم على الرغبة في المشاركة في تطوير المجتمع وتحسين نوعية الخدمات المقدمة للمواطن.

3- الرغبة في لعب دور فعّال أو محوري في الانشطة التي يقوم بها المجتمع سـعيا ألى إبـراز دورهـم القيادي وتأثيره على مسيرة التنمية وبالتالي تحسين صورتهم في الحاضر والمستقبل.

4- السعي لتحقيق التكامل والتفاعل بين أفراد المجتمع من أجل تحقيق المصالح المشتركة لهم وذلك من خلاك تقوية الروابط بين مختلف فئات وطبقات المجتمع.

5- عدم الرضى عن أداء المسؤولين وضعفهم في المساهمة بحل المشكلات العامة.

6- التنشئة الاجتماعية التي تولدت لدى الفـرد مـن خـلال الاسرة والمدرسـة والجامعـة والمؤسـسات التطوعية والوسائل الدينية ووسائل الاعلام والاتصال، فبقدر ماكانت هذه التنـشئة فعّالـة سـتؤدي إلى المشاركة السياسية الفاعلة للفرد.

7- توفر الضمانات القانونية والدستورية التي تحمي المواطن وتهيء له الجو المناسب والمناخ الملائم للمشاركة السياسية السليمة والحرية الفكرية والتعبير عن رأيه بما لا يتعـارض مـع المـصالح العليـا للبلد.

8- الوازع الديني الذي يستقيه المواطن من خلال مصادر التشريع التي تدعو إلى التعاون والتـشارك والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

9- سعي البعض لنيل مكانة مميزة وكتساب الشهرة والتقدير والاحترام بين أفراد المجتمع.

10- اشباع حاجة الانسان إلى المشاركة وتحقيق الذات.

العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية في التحولات والتغيرات:

ولكن تتطلب المشاركة السياسية الفاعلة عدة عوامل كي تـؤتي أكلهـا وتكـون عنـصر بنـاء لا عنـصر هدم، ومن هذه العوامل[1]:

1- اشباع الحاجات الاساسية للمواطن من مأكل وملبس وعيش كـريم وصـحة وتعلـيم... الـخ حتـى يتسنى للمواطن بعد تحقيق وأشباع هذه الحاجات من المشاركة السياسية.

2- الوعي الجماهيري بطبيعة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها المجتمع.

3- الشعور بالانتماء للوطن والحس انوطني وانطلاق مشاركة المواطن السياسية من واجب المواطنـة والانتماء لديه.

4- الايمان بجدوى المشاركة السياسية فإذا لم يكن المواطن مقتنع بجدوى مـشاركته فلـن يكـون لهـا نتيجة أو تأثير.

5- وضوح السياسات العامة للحكومات، وهنا يأتي دور الاعـلام الجيـد والناضـج في بيـان الـسياسات العامة والخطط والاهداف ومدى توافقها مع احتياجات المواطنين الاساسية.

6- إيمـان القيـادات الـسياسية واقتنـاعهم بأهميـة مـشاركة المـواطن في وضـع الـسياسات العامـة والاهداف والخطط وصولا إلى مشاركة المواطن في جميع مراحل التقدم والتنمية وبالتالي فأي خلـل هو شريك فيه.

---

1 ـ انظر الاعلام والتنمية المعاصرة . د فاروق خالد الحسنات . مرجع سابق . ص 82-85 .

7- وجوب التزام وسائل الاعلام بالمصداقية والموضوعية في أخبارها وتحليلاتها ومعالجتها وبحثها للقضايا والمشكلات المختلفة وإفساح المجال أمام الرأي والرأي الآخر لبلورة فكرة صحيحة وسليمة تخدم الصالح العام.

دور الاعلام في التحولات والتغيرات في الوطن العربي

أهمية الاعلام في التحولات:

ساهمت وسائل الاعلام بشكل كبير وواضح في التحولات والتغيرات التي عصفت بالوطن العربي، كما أن هذه التحولات أثرت في أداء ونوعية ونشاط وسائل الاعلام تلك، إذ كانت هذه التحولات والتغيرات بالنسبة لوسائل الاعلام المحك وجلسة الامتحان لاثبات موجوديتها واكتساب أكبر قدر من الشعبية والمتابعين.

يعتبر الاعلام المرآة التي ترصد أي نشاط أو سلوك يحدث إضافة إلى التأثير على الرأي العام والمساهمة في خلق رأي عام جديد. ولكن يجب التنبيه إلى أن الاعلام قد يكون بدون جدوى، أو يؤثر سلبا في مرحلة التحولات إذا لم يستعمل بشكل علمي ويراعي الثقافة السائدة في المجتمع التي يوجه إليه، لذلك لابد من مراعاة الأمور التالية عند الرغبة في السعي بالاعلام إلى الايجابية وإحداث النتائج الايجابية[1]:

1- ضرورة إلمام المواطنين بالتحولات وأهميتها وإمكانيات نجاحها والطرق والوسائل الناجعة لنجاح هذا التحول والتركيز على الاهداف الجماعية والوطنية والبعد عن المصالح والمطامع الشخصية.

2- إشراك المواطنين في الحوارات القائمة على أساس من الوعي والحس الوطني للمساهمة في رسم واتخاذ القرارات، وعلى المسؤولين رصد ومتابعة هذه الاراء

---

1 ـ انظر وسائل الاعلام والتنمية القومية . ويلبر شرام . ترجمة اديب يوسف شيش . "د.ط" " د.ت" ص203

من مختلف الاطياف والاتجاهات ودراستها وأخذها بعين الاعتبار حتى يشعر المواطن أنه شريك في اتخاذ القرارات.

3- تعليم المواطنين المهارات اللازمة واعطائهم الارشادات الضرورية التي تتوافق مع مرحلة التحول القائمة.

يلعب الاعلام دورا مهما وبارزا في التحولات السياسية والاجتماعية، يقول هتلر " إن الدعاية (الاعلام) تحرك الجبال وتحيل الابيض أسود والاسود أبيض "[1]، ويقول أيضا " لقد أتاحت لنا الدعاية (الاعلام) أن نحتفظ بالقوة ولسوف تمنحنا الدعاية الوسيلة إلى غزو العالم "[2]، حتى النظام الشيوعي ما كان له أن ينتشر لولا الاعلام إذ يرى لينين أن الأمر الرئيسي هو التهييج والدعاية في كل طبقات المجتمع "[3].

مراحل تكوين الرأي العام:

ولا ينكر أحد أهمية الاعلام في تكوين الرأي العام، إذ يقوم الاعلام بدور هام في تكوين وتوجيه الرأي العام، فهو الذي يخلق الوعي لدى المجتمعات ويروج للافكار كونه أحد المجالات المحيطة والملازمة للفرد منذ ولادته وحتى مماته، فإذا كان الاعلام وطنيا منتميا هادفا استطاع أن يقوم بدوره بدرجة عالية من الفعالية[4]، ولتوضيح ذلك لابد من

---

1 ـ انظر الاعلام والاتصال بالجماهير . د ابراهيم امام . ط1 1969م . مكتبة الانجلو المصرية . القاهرة .ص 151

2 ـ انظر المرجع السابق نفس الصفحة .

3 ـ انظر المرجع السابق نفس الصفحة .

4 ـ انظر الإعلام ودوره في تكوين الرأي العام / فيصل حميد العازل / الحوار المتمدن / العدد: 1464 / 2006/2/17م نقلا عن موقع http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=57481

الاشارة إلى مراحل تكوين الرأي العام تجاه أي حدث أو تحول، إذ يمر تكوين الرأي العام بالمراحل التالية[1]:

1- إدراك المشكلة، ويتم ذلك بعرض الحدث بوضوح وصراحة ومصداقية، ثم استطلاع أراء المواطنين والقيادات صاحبة الاختصاص، ومناقشة هذه الاراء مع اقتراح الحلول ليتم بلورتها بعد التقريب بين وجهات النظر.

2- إدراك المواطنين ومعرفتهم بالمشكلة ومعرفة مدى تأثيرها عليهم وعلى حياتهم ومصالحهم وأوطانهم.

3- الصراع والاختلاف في وجهات النظر والمواقف بين المواطنين كل حسب اتجاهاته وقيمه ومبادئه أو حسب البعد الذاتي والبعد الاجتماعي لها، والموقف الحكومي في تصور ودور القيادات في مواجهتها.

الاعلام ودور الشباب:

وكما كان للشباب دور هام وبارز وقيادي في التحولات والتغيرات الحاصلة إلا أننا نجد أن الاعلام أيضا يولي الشباب أهمية كبرى من خلال الاهتمام بمشاكلهم وتشجيع طموحاتهم وتوجيهها شخصيا أو اجتماعيا، ففي الوقت الذي كان الشاب العربي يعيش في دوامة الماضي المبني على أرث الاباء والاجداد وبطولاتهم وتضحياتهم الذي يصطدم بالحاضر المثقل بهمومه ومشكلاته وعثراته نجد أن الاعلام استطاع تنبيه الشباب إلى النظر إلى المستقبل والعمل على تحقيق مستقبل أفضل له، ومما يساعد الاعلام على ذلك كون فترة الشباب هي فترة التشكيل والتكوين والاستقرار النفسي، فكان دور الاعلام منطلقا من تفهم نفسياتهم واهتماماتهم ورغباتهم وأرائهم ومواقفهم وفقا

---

1 ـ انظر دور وسائل الاعلام في تكوين الرأي العام نقلا عن موقع
http://ajyaal.ma3ah.net/articles-action-show-id-245.htm

لظروف الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، إلا أن الاعلام لن يـنجح في التـأثير عـلى الـشباب إلا إذا راعى الامور التالية:

1- مراعاة المادة الاعلامية المناسبة في وسيلة الاعلام المناسبة في الوقت المناسب.

2- التركيز على رغبات ومصالح ومتطلبات وحاجات المتلقي للخبر والمعلومة.

3- التنوع والابداع والمرونة بعيـدا عـن الجمـود والرتابـة المفـضية إلى الملـل وعـدم إيـصال الرسـالة وبالتالي فشل الهدف.

أهداف وغاية الاعلام:

وحتى يكون الاعلام ناجحا وفعّالا لابد من أن يكون له غاية وهـدف، إذ مـن المعـروف أن وضـوح الهدف والغاية يوفر الجهد والطاقة والمال ويعطي نتائجه بشكل أفضل، لذا فأن الاعلام الناجح يهدف الى[1]:

1- اعتماد المعلومة الصادقة والصحيحة المدعمة بالحقائق والدراسات والارقام والاحصاءات كوسـيلة للاقناع، يقول ماوتسي تونج " فنحن لا نستطيع إجبار الناس على تقبل الماركـسية وكـل مانـستطيع عمله هو اقناعهم[2] ".

2- تنبيه المواطنين وأرشادهم إلى حقوقهم وضرورة الدفاع عنها[3].

3- نشر روح التعاون والعدل والمساوة في العلاقات بين الامم.

4- متابعة وفهم وإدراك ما يحدث حولنا من ظواهر وأحداث.

---

1 ـ انظر الاعلام والتنمية المعصرة . د فاروق خالد الحسنات . مرجع سابق . ص196

2 ـ انظر الاعلام والاتصال بالحماهير . د ابراهيم امام .مرجع سابق ص12

3ـ انظر الإعلام ودوره في تكوين الرأي العام / فيصل حميد العازل / الحوار المتمدن / العدد: 1464 / 2006/2/17م نقلا عـن موقع http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=57481

5- العناية بالتراث الثقافي ونقله جيلا عن جيل.

6- التركيز على الحس الوطني والانتماء وتنميتها في نفوس المواطنين وضرورة المحافظة على مقدرات البلد والمال العام.

7- ملاحظة الافكار الهدامة والدخيلة التي تضر بالمجتمع وتسعى به نحو التخلف والتنبيه منها.

8- تنمية ودعم الحس الديمقراطي لدى المواطنين من خلال الدعوة للمشاركة في الانتخابات النيابية والترشيح واختيار الافضل لتمثيل الشعب.

9- التركيز على الشباب وإبراز دورهم وبحث ومناقشة قضاياهم ومشكلاتهم.

10- التركيز على قضية استغلال الدين والعاطفة الدينية لدى المواطنين من أجل تنفيذ أجندة معينة أو تحقيق مصالح ومآرب شخصية أو حزبية مع التركيز على الوسطية والعقلانية في الدين لبذر بذور المحبة والاخاء والمودة والوحدة الوطنية.

وظائف ومهام الاعلام:

وحتى يحقق الاعلام دوره بشكل ناجح وفعّال فأنه يقوم بالوظائف التالية:

1- إطلاع المواطنين على الاخبار الصحيحة والمعلومات الدقيقة السليمة والحقائق الثابتة التي تسهم في تكوين رأي عام مجتمعي صحيح وناجح ولن يكون ناجحا إلا إذا عبّر تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، إذ الاعلام يخاطب العقول لا الغرائز[1].

2- التنشئة الاجتماعية القائمة على تنوير وتبصير الفرد بدءا من تقديم برامج الاطفال مرورا ببرامج مرحلة المراهقة والشباب مع مراعاة كل فترة عمرية وما

---

1 ـ انظر الاعلام والاتصال بالجماهير . د ابراهيم امام .مرجع سابق . ص12-13

تتطلبه من برامج وأسلوب طرح وطريقة الطرح، وبذلك يكون الاعلام متمما ومكملا لدور الاسرة والمدرسة والجامعة[1].

3- التأكيد على القيم والمبادئ والاتجاهات التي تتوافق مع طبيعة المجتمع والمحافظة عليها لأنها ستكون الاساس الذي ينطلق منه سوك المواطن في كل منحى من مناحي الحياة، وهنا لابد من الطرح الجيد للقيم والمبادئ، لأن المواطن هنا يشاهد قيم عديدة ويسعى للمفاضلة والاختيار.

4- دعم الدفاع الوطني والأمن القومي من خلال وضع المواطن بصورة التهديدات الخارجية والداخلية والاخطار المحدقة بالوطن وأضرار وسيئات ومساوئ وسلبيات أي سلوكيات تضر بالأمن الوطني.

5- توسيع الآفاق الفكرية من خلال طرح ومناقشة القضايا الفكرية وبيان جوانبها الايجابية والتأكيد عليها، والسلبية والتحذير منها ومن خطورتها[2].

منهج الاعلام في طرح القضايا:

وعلى الاعلام الناجح مراعاة الامور التالية في طرحه للمشاكل[3]:

1- أن تكون أي مادة إعلامية هادفة تسعى لتحقيق هدف وغاية مستوحاة ومستمدة من حاجات المجتمع ومصالحه.

2- التخطيط والبرمجة في البرامج والمواد الاعلامية بما يتوافق مع خطط الدولة ويحقق مصالح المواطنين.

---

1 ـ انظر وسائل واساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والادارية والاعلامية . د ريدان عبدالباقي . ط2 1979م . مكتبة النهضة المصرية/القاهرة .ص366

2 ـ انظر وسائل الاعلام والتنمية القومية . ويلبر شرام . ترجمة اديب يوسف شيش. ص207

3 ـ انظر الاعلام والتنمية المعاصرة . د فاروق خالد الحسنات . مرجع سابق . ص195

3- الشمولية بالطرح وطريقة الطرح، ومخاطبة كافة فئات المجتمع وبحث الموضوع من كافة جوانبه وعدم استثناء أي فئة بل يجب اشراك كافة الاصياف في الحوار والنقاش لأن من يمنع من ابدء رأيه والمشاركة يضطر الى اللجوء الى وسائل الاعلام الاخرى غير النقية والمأمونة ليوصل رأيه ومشاركته وقد تستعمل ارائه هذه في غير هدفها ومضمونها مما يضر به وبالمصالح الوطنية.

4- الواقعية في طرح الموضوعات ومناقشتها ووضع الحلول والمعالجات بما يمكن تطبيقه ويتوافق مع متطلبات الحياة ومصالح الوطن والمواطن.

5- عند بحث وعرض أي قضية لجمهور مثقف يجب عرض وجهات النظر المختلفة، أما إذا كان الجمهور المستهدف أمي أو قليل الثقافة فهنا يجب عرض وجهة النظر التي يدعى لها، ويؤكد المختصون في الاعلام أن تصنّع الحيادية في طرح القضية في جو من التلفيق غالبا ما تكون النتيجة سلبية من باب السخط أو اختلاط الامور على المتابع لاعتقاده أن وجهات النظر متوازنة ولم يعرف الصحيح منها من الخطأ[1].

6- عند تقديم الحدث وطرحه بالشكل الخاطئ وغير الصحيح فإن ذلك يولد الاحباط واليأس في نفوس المواطنين مما يدفع إلى انتشار الشائعات وتضخيم اخطاء القيادات والمسؤولين وزعزعة الجبهة الداخلية نتيجة انقسام الرأي العام حول الحدث[2].

7 على الاعلامي معرفة ماذا يريد أن يوصل للمواطن إذ أن عدم وضوح هدف الرسالة يؤدي إلى العجز عن شرحها الشرح المطلوب وإيصالها الى المواطن.

---

1 ـ انظر الاعلام والاتصال بالجماهير . د ابراهيم امام .مرجع سابق ص196

2 ـ انظر دور وسائل الاعلام في تكوين الرأي العام نقلا عن موقع http://ajyaal.ma3ali.net/articles-action-show-id-245.htm

8- التأكد من المعلومة والمعنى وماذا تريد من المواطن، لأن مايصل من الاعلامي للمواطن سيكون محددا لشكل السلوك والموقف والرأي العام الذي تشكل عنده.

9- اختيار الطريقة الصحيحة والسليمة لتوصيل الرسالة.

10- اختيار الكلمات بدقة واستعمال اسلوب يستطيع أي متلقي فهمه.

11- اختيار الوقت والمكان المناسب لإيصال المعلومة الى المواطن[1].

12- أن يكون الاعلامي ذا مصداقية ويثق الناس بكلامة.

13- تحديد الموضوع الذي يرغب في طرحه وبيان عناصره والجوانب التي سيتم التطرق اليها.

14- تحديد المصطلحات التي سيستخدمها في طرحه، وبيان المقصود من كل مصطلح يستعمله حتى يكون هناك فهم واضح للموضوع.

15- أن يكون طرح القضية أو الموضوع متفق مع أهمية الحدث، وكذلك تتم معالجة الموضوع بما يتناسب مع أهمية وخطورة الحدث.

16- تعزيز الروح المعنوية، واستعمال اسلوب التبشير لا التنفير، وزرع الأمل بعيدا عن اليأس والقنوط والاحباط.

17- تجنب التطرق للقضايا الشخصية والفردية والتركيز على قضايا المجتمع بشكل عام.

18 التركيز على الجانب الايجابي في السعي نحو الهدف الرئيسي.

19- الاتصاف بالمرونة وتقبل الرأي والرأي الآخر ضمن اطار تحقيق الهدف.

---

1 ـ انظر وسائل واساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والادارية والاعلامية . د زيدان عبدالباقي . مرجع سابق ص50.

20- التركيز على الرموز القيادية المؤثرة والتي تلاقي لدى المتلقين الاحترام والقبول، فعند تناول تصريحاتهم وعرض بياناتهم الصادرة عنهم، وبيان مواقفهم وتحركاتهم تكون نتائج التأثير على المتلقين اكبر.

21- البعد عن كل ما من شأنه أن يؤدي إلى الخلافات والاحتكاكات التي تؤدي إلى تفكك الرأي العام وفرقة الأمة.

وفي ضوء استغراب البعض والتساؤلات التي يبديها البعض حول تراجع الاعلام الاردني عن تناول الاخبار بشأن بعض أمور التحولات والتغيرات التي تشهدها الساحة العربية يرى الباحث ضرورة التنبيه إلى أن الاعلام يقسم إلى قسمين:

القسم الأول: الاعلام الرسمي: وهو لتابع للحكومة والذي يمثل صوت ولسان الحكومة، وهذا القسم يتسم دائما بالتأني في نقل الخبر إلى حين صدور تصريح من المصادر المسؤولة والمخولة بالخبر، إضافة إلى تناول الحدث من وجهة نظر الحكومة والالتزام التام بالسياسة والاستراتيجية الخاصة بالاعلام الحكومي وتجنب الاثارة والتهويل مع احترام الشؤون الداخلية لكل بلد والمعاهدات والمواثيق التي تتحكم بالسياسة الخارجية للحكومة ويبنى على ذلك دقة الخبر والاعتدال في طرح القضايا.

القسم الثاني: الاعلام الخاص: وهذا القسم له مساحة حرية أكبر ويعتمد على المصادر الخاصة والشعبية في نقل الخبر مما يجعل قضية نفي الاخبار بعد بثها وتأكد عدم مصداقيتها كثيرة، إضافة إلى طرح القضايا بحرية أكبر مما يجعل البعض ممن لايميز بين القسمين يرى أفضلية للاعلام الخاص على الاعلام الحكومي.

دور الاعلام الديني في التحولات والتغيرات في المجتمعات العربية

نظرا لأهمية وسائل الاعلام في المجتمع ومدى تأثيرها على الفرد والمجتمع في جميع مناحي الحياة، ولأهمية الدين وقدسيته في حياة الشعوب العربية كان لابد من التركيز على الاعلام الديني لبناء القيم والاخلاق الاسلامية، ولأن المواطن المسلم يحرص دائما

على التزام الحلال والحرام في حياته اليومية والتمسك بالبعد عن الشبهات فهو بحاجة الى جانب ديني في الاعلام ليطمئن له من ناحية حكم الشرع ورأي الشريعة الاسلامية في التحولات والاحداث المصاحبة لها، فربط الوطنية والانتماء مثلا بالدين أقرب وأدعى للقبول والتطبيق، وكما قلنا أن الاعلام بشكل عام يساعد على بلورة الرأي العام وتكوينه، فإن هذا الرأي من جهة الجانب الديني تكوّن لدى المواطن رأي عام ينطلق من التعاليم والقيم الاسلامية ويوشح بلمسة دينية تجعله أقرب للقبول[1].

ومما يميز الاعلام الديني أنه فريضة اسلامية[2]، ويدخل تحت عنوان الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ومن باب الدعوة الى الدين الاسلامي، سيما وأن الدعوة إلى دين الله هي بحد ذاتها إعلام وإشهار ونشر للدين، وأن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر فرض كفاية على عموم المسلمين أما إذا تفرغ له العبد فيصبح فرض عين عليه، وقد حظيت المسيرة الاسلامية والتاريخ الاسلامي بالعديد من وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري مثل المسجد وخطبة الجمعة والعيدين والحج واحياء المناسبات الدينية وجماعة الامر بالمعروف والنهي عن المنكر والتجارة والتجار التي كان لها الدور الكبير في نشر الدين الاسلامي وايصال صورة الاسلام الحقة، إذ أن العديد من الدول وخاصة دول شرق اسيا دخلت الدين الاسلامي عن طريق التجارة والتجار المسلمين، وكذلك الاعلام الشعري الاسلامي، إذ برز العديد من الشعراء المسلمين الذين كانوا يدافعون عن الدين ويقوموا بنقل الاخبار والافكار والاراء والقيم الاسلامية من خلال أشعارهم، وكذلك الحرب النفسية من خلال التعامل مع الاشاعات والاشاعة المضادة، ولأن كل مسلم مطالب بإيصال وإبلاغ الدعوة الاسلامية ونشر الدين الاسلامي فإن الاعلام خير من يقوم بذلك.

---

1 ـ أنظر موقع http://non14.net/display.php?id=6979

2 ـ انظر الاعلام الاسلامي المرحلة الشفهية : ابراهيم إمام)القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية(1980 نقلا عن موقع http://www.ibtesama.com/vb/showthread-t_113721.html

ويلاحظ في الاونة الاخيرة التزايد الملفت للانتباه في الاقبال على انشاء وسائل الاعلام الديني من فضائيات متخصصة في البرامج الدينية والقرآن الكريم واذاعات دينية وصحف ومجلات ومواقع الكترونية متخصصة بالدين الاسلامي، إضافة إلى الحيز الذي تشغله البرامج الدينية في الاذاعات والتلفزة والصحف والمواقع الالكترونية غير المتخصصة بالدين، وتبع ذلك ظهور وبروز بعض الاعلاميين والدعاة الدينيين الذين لمعت أسماؤهم في الوطن العربي مما أدى إلى المساهمة في محو الامية الاسلامية والمساهمة في الاصلاح من خلال استثارة الحوافز والكوامن الدينية، وجعل الدين هو المحرك لاصلاح المجتمعات والتحولات والتغيرات، كما أن هذه الوسائل أصبحت رديفا للدعاة والمساجد في نشر الدين الاسلامي[1].

خصائص ومميزات الاعلام الديني:

وقد اتصف الاعلام الديني بخصائص مستمدة من المنهج الاسلامي في الدعوة، ومن هذه الخصائص[2]:

أولا: الصدق: حيث أن المسلم مطالب بالصدق في القول والفعل وتحري الصدق والابتعاد عن الكذب، إذ يقول الحق تبارك وتعالى " يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين "[3] وقال رسول الله صَلَّى اللَّه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ " إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّى يَكُونَ صِدِّيقًا وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا "[4]،

---

1 ـ انظر : الإعلام الديني وعجلة الإصلاح النائمة. وسام كمال . نقلا عن موقع :
http://www.urtvu.com/ar/?c=content&id=2764

2 ـ انظر : الإعلام الديني والتحولات الاجتماعية في الوطن العربي نقلا عن موقع :
http://ahmadedilbi.wordpress.com/2008/09/07/1 6

3 ـ سورة التوبة الآية رقم 119

4 ـ صحيح البخاري . باب الادب ج8 . ص30

لذا فإن الاعلام الاسلامي الأصل فيه أن يكون صادقا وهذا أدعى للقبول والاحترام والاعتماد، والصدق في الاعلام يستلزم أمورا منها:

أ: الصدق في صياغة الخبر ونقله بعيدا عن التهويل والتسفيه والاثارة أو قول غير الحقيقة، وهذا يستوجب نقل الخبر الصحيح دون زيادة أو نقصان، وصياغة الخبر بطريقة توصله إلى المتلقي المسلم واضحا يستطيع أن يتخذ الموقف المناسب تجاهه.

ب: الصدق في الهدف والغاية من الخبر وهو تحقيق الخير للمجتمع الاسلامي بشكل خاص والمجتمعات الانسانية بشكل عام، وقد أكد القرآن الكريم على تحري قول الصدق والحق في قوله سبحانه وتعالى " يا أيها الذين آمنوا اتقوا اللـه وقولوا قولا سديدا يصلح لكم اعمالكم ويغفر لكم ذنوبكم ومن يطع اللـه ورسوله فقد فاز فوزا عظيما "[1]، والقول السديد هو القول الذي يتوفر فيه الصدق والخيرية في آن واحد، وسداد القول يتطلب التفكر والتعقل والروية قبل اصدار القول، يقول الامام علي كرّم اللـه وجهه " وإن لسان المؤمن وراء قلبه وإن قلب المنافق من وراء لسانه، لأن المؤمن إذا أراد أن يتكلم بكلام تدبره في نفسه فإن كان خيرا أبداه وإن كان شرا واراه وأن المنافق يتكلم بما أتى على لسانه لا يدري ماذا له وماذا عليه "[2] ولو نظرنا في قول الامام علي رضي اللـه عنه لوجدناه يضع حجر الاساس والمبادئ والركائز للاعلام الاسلامي، فالاعلامي المسلم ووسيلة الاعلام الاسلامية يجب أن تتحرى الصدق في نقل الخبر والمعلومة، فإذا كان خيرا ويتفق مع مصالح الامة والوطن أجيز واعلن وإذا كان شرا ويضر بمصلحة الوطن والمواطن منع، ولكن يجب أن يكون الدين الحق هو الذي يقرر بعيدا عن التشدد والتهاون، ولا يكون التقييم حسب أهواء أشخاص ومصالحهم الشخصية والحزبية.

---

1 ـ سورة الاحزاب الاية 70 ـ 71

2 ـ انظر : الإعلام الديني والتحولات الاجتماعية في الوطن العربي نقلا عن موقع :
http://ahmadeddbi.wordpress.com/2008/09/07/1-6

ج: الصدق والنزاهـة في الحكـم عـلى الامـور، فـلأن الاعـلام الاسـلامي مـصدرا مـن مـصادر إيـصال المعلومات ومعينا للمسلم في الحصول على المعلومة الصحيحة الخالية من كل الشوائب التي تضر بـالوطن والمواطن كـان لابـد أن يكـون هـذا الاعـلام صـادقا ويتحـرى النزاهـة في الحكـم عـلى المـسائل والتحـولات والاحداث، وهنا يختلف الاعلام الاسلامي عن غيره من وسـائل الاعـلام، فمـثلا الاعـلام في النظـام الرأسـمالي يخضع للمـال ولأصحاب المال فهم المتنفذون والذين يديرون الاعلام ويؤثرون عليـه، أمـا الاعـلام في النظـام الشيوعي فهو تابع ورئة للنظام لا ينطق إلا بما يريد النظام، أم الاعـلام في الاسـلام فالأصـل أن لا يخـضع لا لمال ولا لجهة ولا لمذهـب معين أو جماعة معينة، وحق المسلم على المسلم أن يكون صادقا معـه في القـول والحكم والنصيحة، فكيف بالاعلامي المسلم الذي يتعامل مع ملايين المسلمين.

ثانيا: الواقعية: أي أن يكون الاعلام الاسلامي موافقا لمنهج الفطـرة والحيـاة الانـسانية لا أن يخـضع للواقع ويسايره، وتتمثـل واقعيـة الاعـلام الاسـلامي في المنهجيـة والتطبيـق، أي أن يكـون الاعـلام الاسـلامي متوافقا مع المنهج الاسلامي والفطرة الانسانية ويتضح ذلك من خلال الأمـر بـالمعروف والنهـي عـن المنكـر والـدعوة إلى الخـير، وأن يكـون التطبيـق الاعلامـي للاسـلام قائمـا عـلى الكلمـة الطيبـة والموعظـة الحـسنة والحكمة.

ثالثا: الشمول: وتنطلق شمولية الاعلام من شمولية الدين الاسلامي، فكما أن الـدين الاسـلامي جاء شاملا لجميع نواحي الحياة وجاء للناس كافة فينبغي على الاعلام الاسلامي أن يتطـرق لكـل أمـر دنيوي ذو مساس بحياة الناس ويتناوله بالبحث والتدقيق والمناقشة ليصل في النهايـة إلى بيـان حكـم وموقف الشريعة الاسلامية منه، وأن يخاطب الناس كافة، لأن وسـائل الاعـلام ليـست حكـرا لأحـد إذ يـستطيع أي إنـسان أن يـصل الى المعلومـة والخبر دون مـانع لـذا يجـب أن نراعـي القـيم والاخـلاق والمرتكزات الاسلامية في اعلامنا حتى نعطي صورة الاسلام الحقة بعيدا عن التشويه والاسـاءة، وكـذلك أن يحرص الاعـلام الاسـلامي عـلى مـصالح المجتمعـات الانـسانية بـشكل عـام ولا يقتـصر فقـط عـلى

مصلحة المسلمين أو مصلحة مذهب وحزب معين، فربما يصدر برنامج ديني من وسيلة اعلام فيستمع اليه شخص غير مسلم يكون سببا في دخوله الاسلام خير مما طلعت عليه الشمس وغربت.

رابعا: الثبات والمرونة: عند الكلام عن الأسس والمبادئ التي يقوم عليها الاعلام الاسلامي يجب أن تكون ثابتة إضافة إلى غاية وهدف الاعلام أما مواكبة التطور والحداثة فيجب أن يكون الاعلام الاسلامي مرنا وبالمحصلة فإن الأصول والقواعد والثوابت ثابتة أما الأمور الفرعية والمتطورة ووسائل الحضارة فيجب أن تقابل بالمرونة.

مبادئ الاعلام الديني:

ويقوم الاعلام الديني على مبادئ منها[1]:

1- الطاقات والقدرات الاساسية، فالاعلام الديني يعترف ويقر بالطاقات والقدرات لذا فهو يتحرك ضمن هذه الطاقات والقدرات.

2- الايجابية البناءة، الاعلام الديني يجب أن يكون في الحدث ومع الحدث ولا يكون سلبيا ومحايدا بل يجب أن يتدخل ولكن بشكل مفيد وبناء.

3- التوازن الاعلامي، وهو بذلك ينطلق من وسطية الاسلام فلا غلو ولا تهاون وتساهل ولا ينحاز لطرف ضد الآخر إلا بالحق ومصلحة الوطن والمواطن.

4- المسؤولية الذاتية، فكل جهاز اعلام ديني وكل اعلامي ديني عليه مسؤولية انطلاقا من حديث الرسول صلى الله عليه وسلم " كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ الْإِمَامُ رَاعٍ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَالرَّجُلُ رَاعٍ فِي أَهْلِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

1 ـ انظر الاعلام الاسلامي :المبادئ- النظرية- التطبيق : أ.د محمد منير حجاب . دار الفجر للنشر والتوزيع- القاهرة الطبعة الثانية2003 . نقلا عن موقع :

http://www ibtesama.com/vb/showthread-t 113721.html

وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ فِي بَيْتِ زَوْجِهَا وَمَسْئُولَةٌ عَنْ رَعِيَّتِهَا وَالْخَادِمُ رَاعٍ فِي مَالِ سَيِّدِهِ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ قَالَ وَحَسِبْتُ أَنْ قَدْ قَالَ وَالرَّجُلُ رَاعٍ فِي مَالِ أَبِيهِ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ "[1]، وانطلاقا من كون الاعلام وسيلة دعوة وأمر بالمعروف وهي فريضة على كل مسلم.

5- الصدق، كما أن الاعلام يجب أن يكون صادقا في نقله للخبر وتعامله مع الحدث أيضا على الاعلامي الديني أن يكون صادقا وهذا أدعى لقبول قوله وتعاظم الثقة بكلامه.

6- الاحاطة بالظروف المحيطة، الاعلام الديني جزء من الموجود ولذلك يجب على الاعلامي المسلم أن يكون على معرفة بما يدور حوله وما يدور في جميع البقاع ولا يكون في واد والاحداث في واد آخر.

7- التكامل الوجداني، أي أن لا يكون منعزلا على نفسه بل يجب أن يكون الاعلام الديني مكملا لجوانب الحياة الاخرى وحاضرا في كل محفل من محافل الحياة الاخرى.

8- البعد الغيبي، وهذه ميزة للاعلام الديني الذي ينطلق من الإيمان بالغيبيات دون تحليلها وادخالها الى مختبر الحياة الدنيوية الملموس لأن الحديث والتعمق في تفصيلات الامور الغيبية لن يضر في الدين شيء ولا يؤثر في مسيرة الحياة.

9- الدعوة بالمثل، وهذا مبدأ ديني في التعامل مع الغير بمثل مايعاملونا ويجب المحافظة على هذا المبدأ.

---

1 ـ صحيح البخاري . كتاب النكاح . ج7 . ص34

10- الوحدة الموضوعية: إنطلاقا من قوله تعالى " وإن هذه أمتكم أمة واحدة "[1] فالاعلام الديني يجب أن يبتعد عن الاقليمية والطبقية والطائفية والمذهبية وأن ينطلق من كون جميع بلاد المسلمين واحدة ولا فرق لعربي على اعجمي ولا أبيض على أسود إلا بالتقوى.

11- التجرد بعدم التزمت والانحياز لمذهب معين أو طائفة أو حزب معين، ويكون بوقا لهم وما عندهم صح وما عند غيرهم خطأ.

12- المنطلق الاخلاقي وتزكية النفس، إذا كان الاسلام أوجب علينا التزام الاخلاق في كل شأن من شؤون حياتنا فإن التزامها في الاعلام الذي هو طريقة التعامل مع الغير أوجب لأن التزام الاخلاق ربما يكون سببا في دخول الدين الاسلامي وما أكثر من دخل الدين الاسلامي نتيجة مشاهدات اخلاق المسلمين.

13- المواجهة الفكرية، وهذه مهمة في وقتنا الحاضر بعدما أصبح الاعلام الديني مدافعا وانحصر هدفه في الدفاع ورد التهم والشبهات فقط، فيجب أن ينطلق الى التحاور والمجادلة بالتي هي أحسن، والدليل بالدليل والحجة بالحجة حتى يصل الآخر الى قناعات مبنية على عقل وليس على عاطفة.

14- الحرية الاعلامية، ولكن الحرية المضبوطة بضوابط اسلامية وأخلاقية تعتمد على عدم المساس بالآخرين والاساءة اليهم وإثارة المشاكل والنعرات والمحافظة على وحدة الامة وأمنها واستقرارها.

15- النظرة الشمولية والعامة، فالاعلام الديني يجب أن يتطرق الى كل شأن من شؤون الحياة ويبدي رأيه وحكمه وموقفه فيه وأن يكون خطابه موجها للناس كافة

---

1 ـ سورة المؤمنون الاية 52

انطلاقا من كون الدين الاسلامي للناس جميعا وأن محمدا صلى اللـــه عليـه وسـلم أرسـل للنـاس كافة.

وإذا ما اعتمد الاعلام الديني هذه المبادئ فإنه سيكون لـه آثـار طيبـة في مجـالات الحيـاة كافـة العقائدية والعلمية والثقافية والسياسية والأمنية والاخلاقية والاجتماعية اضافة إلى حماية ووقايـة المجتمـع من كل خطر وضرر[1].

صفات الاعلامي الديني:

بما أن للاعلامي الديني دور هام في الاعلام الديني لذا كان لزاما أن يتصف بصفات[2] منها:

1- الايمان العميق، والالتزام بشرع الـلـه تعالى وعباداته، والدافعية والحماس لامانة الاداء والتبليغ، والاخلاص لله أولا ولعمله ثانيا.

2- الصدق في أقواله وأفعاله ليكون مثالا يحتذى لغيره من امتلقـين، والجـرأة في قـول الحـق، والحـرص عـلى الواقعية والعلمية عند طرحه لأية قضية، وأن يكون ذا سمعة حسنة.

3- اليقظة والذكاء، والفهم الدقيق والوعي التام والبصيرة النافذة، وقوة الحجة المنطلقة مـن سـعة الاطلاع وعمق الثقافة، والبلاغة في القول.

4- التخطيط الجيد والتحضير الجيد للموضوع الذي يرغب في طرحه، والمعرفة المتمكنة من الهدف والغاية من الاعلام الديني، والقدرة على التكيف مع المواضيع وما يقدم.

---

1 - انظر : الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها، محمد إبراهيم نصر) الرياض: دار اللواء للنشر والتوزيع .(1398 نقلا عن موقع : http://www.ibtesama.com/vb/showthread-t_113721.html

2ـ انظر موقع : http://www.ibtesama.com/vb/showthread-t_113721.html

5- البساطة وعدم التكلف ومخاطبة الناس على قدر عقولهم، واعتماد اسلوب الحكمة والموعظة الحسنة، والجمع بين الاصالة والتجديد.

6- الرفق والرحمة، والتبشير والابتعاد عن التنفير واليأس والاحباط والقنوط، وأن يكون طرحه مشوقا يبعد المتلقي عن الرتابة والملل، وعدم الاطالة، وعليه مخالطة الناس وتلمس مشكلاتهم وهمومهم ومراقبة ردود الافعال والتغذية الراجعة على الموضوع المطروح.

7- الخبرة مع وسائل الاعلام والاتصال، واكتساب خبرات الآخرين والاستفادة منها.

8- حسن الصوت والاداء بالنسبة للاذاعة.

معيقات الاعلام الديني:

إلا أن الاعلام الديني يواجه العديد من المعيقات من أهمها[1].

1- انصراف الاعلام الديني الى الامور لهامشية والشكلية وعدم الاقتراب إلى لب المواضيع المهمة والحساسة، وعدم القدرة على اظهار جوهر الدين والتركيز على القشور.

2- ضعف الاعلام الاسلامي في التعامل مع الحضارة والتصورات الحديثة.

3- تنوع وتعدد الخطابات الدينية وعدم الوصول إلى خطاب اعلامي ديني موحد.

4- تجاهل الاعلام الديني لبعض القضايا اليومية الحيوية التي تهم الوطن ولمواطن.

---

1 ـ انظر : الإعلام الديني وعجلة الإصلاح الباهة . وسام كمال . نقلا عن موقع http://www.irtvu.com/ar/?c=content&id=2764

5- الانتشار المذهل للعولمة بحيث أصبح العالم قرية واحدة مما يجعل الاعلام الديني عاجزا عن مجاراة ومنافسة الاعلام المضلل سيما بقدراتهم البشرية والمالية[1].

6- اصطدام الاعلام الديني بكثرة الممنوعات والمحذورات والمحرمات مما يعيقه في مجارات غيره من وسائل الاعلام التي لاتواجه هذه الامور[2].

دور البرامج الدينية في مؤسسة الاذاعة والتلفزيون الاردنية في التحولات والتغيرات في الوطن العربي

تمتاز الاذاعة عن غيرها من وسائل الاعلام بخصائص وميزات منها[3]:

1- تصل إلى شريحة عريضة من المواطنين من شتى الاعمار والمستويات الثقافية والاجتماعية.

2- تفردها بالجمهور الذي لم يؤت حظا من العلم أو ذوي المراحل التعليمية المتدنية.

3- إمكانية المشاركة في الرأي وترك المجال للتخيل والتصور، إذ أن أجهزة الاعلام الاخرى ترسم الصورة أمام عينيك ولا تدع مجالا لاشغال الخيال الفكري، أما الاذاعة فتوصل الصوت وتترك رسم الصورة لمخيلة المستمع يرسمها كيف يشاء.

4- إمكانية التواصل معها اثناء القيام بنشاطات اخرى، فمثلا ربة المنزل تستطيع الاستماع للاذاعة وهي تمارس اعمال المنزل وكذلك العامل والسائق، وهذه ميزة لا توجد في وسائل الاعلام الاخرى التي بحاجة إلى تركيز وتفرّغ فكري لها.

---

1 ـ انظر : الاعلام في العالم الاسلامي (الواقع،المستقبل) : سهيلة زين الدين حماد الطبعة الاولى، 1424ه/2003م مكتبة العبيكان الرياض . نقلا عن موقع :

http://www ibtesama.com/vb/showthread t_113721 html

2 ـ انظر موقع : http://non14.net/display.php?id=6979

3 ـ انظر الاعلام والاتصال بالجماهير . د ابراهيم امام .مرجع سابق . ص189 ـ 190

5- إمكانية المشاركة والتواصل وخاصة في البرامج الحوارية التي تبث مباشرة على الهواء من خلال الاتصال مع البرنامج وطرح الاسئلة وإبداء الرأي والتفاعل مع القضية المطروحة.

الاذاعة الاردنية[1]:

تعود بدايات الاداعة الاردنية إلى 1948/5/14م عندما استولى عليها الجيش العربي الاردني بمساعدة الموظفين العرب في هيئة الاذاعة الفلسطينية التابعة للانتداب البريطاني في القدس ونقلت إلى مدينة رام الـلـه حيث بدأت بالبث هناك.

وفي 1950/4/24م وبعد اتحاد الضفتين تغيّر اسمها من محطة الاذاعة في رام الـلـه إلى هيئة اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية، وكانت تبث برامجها بمعدل ثلاث عشرة ساعة يوميا من خلال جهاز ارسال تقدر قوته بعشرين واط وعلى الموجة المتوسطة.

وفي عام 1956م افتتحت محطة اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية في جبل الحسين بالعاصمة عمان برعاية جلالة الملك الحسين بن طلال طيب الـلـه ثراه.

وفي 1959/3/1م افتتح مبنى اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية الحالي في ام الحيران بالعاصمة عمان وتزامن ذلك مع افتتاح محطة الارسال على طريق ناعور بقوة مئة كيلو واط. وبتاريخ 1958/8/23م افتتح جلالة الملك الحسين بن طلال طيب الـلـه ثراه استوديوهات الاذاعة الجديدة في القدس.

بتاريخ 1988/11/12م ومواكبة للتطور والتدفق الاعلامي تم افتتاح محطة ارسال جديدة للاذاعة في منطقة الحرانة.

---

1 ـ انظر الاعلام ومسؤوليته الوطنية / فايز القضاة / بحث غير منشور / قسم الدراسات والارشيف / الاذاعة الاردنية .

وبتاريخ 1990/1/1م انطلق بث الاذاعة الاردنية إلى الدول العربية والعالمية، حيث أصبح يـصل إلى دول الخليج العربي والسعودية وايران والعراق وشمال افريقيا ومصر والباكستان والهند واستراليا والولايـات المتحدة الامريكية ووسط وغرب وشرق اوروبا وروسيا والبرازيل والارجنتين وامريكا الوسطى.

وتشتمل الاذاعة الاردنية على:

1- الاداعة الرسمية " البرنامج العام " وتحمل خطاب الدولة السياسي.

2- اذاعة القران الكريم وتحمل الخطاب الديني للدولة وتوضيح مفـاهيم الوسـطية والاعتـدال في الاسلام.

3- اذاعة عمان FM ويتم بها التركيز على الشأن المحلي وتتناغم برامجها مع متطلبات الشباب.

4- الاذاعة الاجنبية وتحمل خطاب لدولة باللغتين الانجليزية والفرنسية.

5- اذاعة اربد الكبرى وهي اذاعة ماطقية تعنى بالشأن المحلي في محافظة اربد.

6- اذاعة هدف الرياضية.

وتنطلق الاذاعة الاردنية في منهجها الاعلامي[1] من أساس الدور القيادي والاجتماعي للأردن المتمثـل بعدم التدخل في شؤون الآخر، كما أن الاردن لا يقبـل للآخـر أن يتـدخل في شـؤونه الداخليـة، مـع مراعـاة طبيعة العلاقات القائمة بين الاردن والدول الاخرى والالتـزام بالمعاهـدات والمواثيـق التـي تبرمهـا الحكومـة الاردنية مع الغير.

---

1 ـ انظر دور وسائل الاعلام في التوجيه والتثقيف والتوعيـة / سلـسلة الكتـاب الـذهبي"7" تـصدر عـن دار النـاس للـصحافة والنشر والتوزيع " ناس برس " عمان .

وتركز الاذاعة الاردنية على احترام الدستور والقانون وتقبل التعددية السياسية والحزبية واحترام الحريات العامة وفي مقدمتها حرية التعبير واعتماد الحوار كوسيلة للوصول إلى التفاهم والتعاون بين مختلف الجماعات والاحزاب السياسية وصولا إلى تعزيز الديمقراطية والدفاع عن حقوق الانسان ونشر مبادئ رسالة نهضة العرب، لذا فإن الاذاعة الاردنية تلتزم بالاستراتيجية الاعلامية للاعلام الاردني التي وضعتها وزارة الاعلام الاردنية عام 1993م والقائمة على[1]:

1- دعم وتأكيد الولاء والانتماء للمملكة الاردنية الهاشمية، وقائدها جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين، والدستور الاردني بجميع مضامينه الديمقراطية من حرية ونيابة وتعددية ومؤسسية، والفصل بين السلطات الثلاث، ومسؤولية السلطة التنفيذية أمام الشعب من خلال مجلس الامة، واستقلالية القضاء الذي لا سلطان عليه إلا للقانون، والتقيد بقانون المطبوعات والنشر وأية قوانين أو أنظمة تصدر لتنظيم وسائل الاعلام في الاردن.

2- الدفاع عن المملكة الاردنية الهاشمية وحريتها واستقلالها وارادتها وسلامة أمنها الداخلي والخارجي، والتأكيد والتمسك والتشبث بالوحدة الوطنية المبنية على قواعد المحبة والأخوة، والتعاون الكامل مع المواطنين في جميع مجالات الحياة، والتعريف بالاردن تاريخيا وتراثيا وثرواته البشرية والمادية والمعنوية وعدالة قضاياه الانسانية المشروعة.

3- الدفاع عن مبدأ سيادة القانون ودولة القانون الاردنية والتركيز على ادامة مبادئ العدالة والمساواة دون تمييز أو تعصب مهما كان.

---

1 ـ انظر الاعلام ومسؤوليته الوطنية / فايز القضاة / بحث غير منشور / قسم الدراسات والارشيف / الاذاعة الاردنية .

4- التركيز على التمسك بالايمان بالـله والمحافظة على القيم الدينية السمحة القائمة على الوسطية والعدالة التي تتقبل الثقافات الاخرى بما لا يتعارض مع أصالة وانتماء المواطن الاردني.

5- التاكيد على حقوق المواطن في جميع نواحي الحياة.

6- التأكيد على التعايش السلمي الشرعي والقانوني في الاردن والوطن العربي وشجب العنف والارهاب الاجتماعي والسياسي أو التهديد باستخدامه بجميع أشكاله وأساليبه ورفض التمييز العنصري والتعصب الطائفي أو العرقي أو القبلي بجميع أشكاله.

7- التأكيد على مبدأ رفض التدخل بالشؤون الداخلية للغير وبنفس الوقت رفض تدخل الغير بشؤون الاردن الداخلية.

8- العمل على تعزيز التضامن العربي ونهضة الامة العربية في سبيل وحدة كلمتها وموقفها وإنعاش التعاون بين شعوبها ودولها في جميع المجالات السياسية والثقافية والاقتصادية والأمنية بما في ذلك حسن الخطاب وصفاء الكلمة وصدق النية مما يعزز المشاعر والروابط القومية والعالمية.

9- بث ونشر الحقيقة الكاملة في كل ميادين الحياة الوطنية والقومية الى الشعب الاردني والامة العربية والاسلامية وبقية العالم مما يبقي المواطن الاردني على اطلاع واع في جميع المواقف الوطنية والقومية والعالمية.

10- الالتزام الكامل بالعقلانية والمنهج العلمي وبقواعد التحليل والاستقراء والتجريب في معالجة جميع مواقف الاعلام والتقيد الصادق بآداب وأخلاقيات وحسن سيرة العمل الاعلامي في التعامل مع المواطنين ومؤسسات الوطن العامة والخاصة والامتناع الملتزم عن بث أو نشر الالفاظ والمصطلحات أو الصور النابية

والمتطرفة التي تؤذي الذوق والحياء العام والخاص والتشبث بمبدأ الاعتدال وميزة الوقار.

11- بث ونشر الحقائق الاردنية التي تؤدي الى التحسين المستمر في السمعة السياسية والاقتصادية والاجتماعية الاردنية في الخارج خصوصا لتحقيق الجذب الاستثماري والسياحي والتأثير في الرأي العام العالمي وبناء الصورة الناصعة للاردن في مجال الحرية والديمقراطية وحقوق الانسان.

ومن البرامج الدينية التي كان لها حضور وتأثير في التحولات والتغيرات التي عصفت بالوطن العربي ما يلي:

1- برنامج " دين ودنيا " برنامج يذاع على الهواء مباشرة عبر أثير اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ثلاث مرات اسبوعيا ومدة البرنامج ساعة، يعده ويقدمه الدكتور نسيم أبو حضير والدكتور محمد العمرو.

2- برنامج " حوارات اسلامية " برنامج اسبوعي يذاع عبر أثير اذاعة القرآن الكريم من عمان ومدة البرنامج ساعة يعده ويقدمه الدكتور وائل عربيات.

3- برنامج " فكر وحضارة " برنامج اسبوعي يذاع على الهواء مباشرة عبر أثير اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ومدة البرنامج ساعة يعده ويقدمه الدكتور حسين الرواشدة.

4- برنامج " فتاوى على الهواء " برنامج يذاع على الهواء مباشرة عبر أثير اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ثلاث مرات اسبوعيا ومدة البرنامج ساعة يعده ويقدمه الدكتور نسيم أبو خضير والدكتور محمد العمرو والدكتور علي المناصير.

إذ كان لهذه البرامج دور بارز في التعامل مع التحولات والتغيرات في الوطن العربي بشكل عـام وفي الاردن بشكل خاص تمثل بالامور التالية:

1- التأكيد على ضرورة الحوار والجلوس إلى طاولة المفاوضات والحوار كوسيلة للتعبير عن الـرأي وعدم اللجوء إلى العنف والاضرار بمقدرات الوطن والممتلكات العامة والخاصة.

2- التأكيد على الآداب التي يراعيها الاسلام في طريقة الحوار وتطبيقها في المحـاورة بـين الاطـراف جميعا

3- التأكيد على الوحدة الوطنية والتحـذير مـن المـساس بهـا وعـدم اسـتغلالها بحجـة الـدعوات الاصلاحية المشبوهة.

4- التأكيد على الاضرار الاقتصادية والمعاشية للمواطن الناجمة عن الاضرابـات وتعطيـل المـصالح سيما إذا كانت القطاعات المتضررة من الاضرابات من القطاعات الحيوية والمهمة في حياتنا اليومية.

5- إبراز دور وأهمية النصيحة للحاكم والمسؤول وبيان الآداب الاسلامية للحوار الهـادف الـذي لا يسيء ويوصل إلى النتيجة ويكون من أهله المؤهلين للنصيحة.

6- اظهار طريقة الاسلام في الاختلاف وما هي الآداب التي يجب مراعاتها عنـد الاخـتلاف بـالرأي المبني على اختلاف وجهات النظر ولا يؤدي إلى القطيعة والاختلاف والصدام والحقد والضغينة ولكن يكون الهدف مصلحة الوطن والمواطن.

7- التنبيه إلى أضرار الاشاعات التي تنـشط في مثـل هـذه الظـروف ومعرفـة مـصدرها وأهـدافها ومصادرها وكذلك التنبيه لظاهرة التهويش والتهويل والتجييش والمبالغـة التـي تـصدر عـن بعـض وسـائل الاعلام المشبوهه والتي لاتخفى على أحد.

8- إبراز دور رجال الدين والعلماء في الاصلاح وضرورة كونهم مرجعيـة للمـواطنين وصـمام أمـان ومفاتيح خير مغاليق شر، والقيام بدور العقلاء الهداة المهتدين.

9- التأكيد على نعمة الامن والامان التي يعيشها الاردن وحرمت منها العديد من الدول، وضرورة احترام رجال الامن، وأن تكون العلاقة بين المواطنين ورجال الامن قائمة على المحبة والمودة كونهم أبناء وإخوة وآباء يسهرون الليل ويواصلون النهار بالليل تاركين أهاليهم منذ فترة من أجل راحتنا وتحقيق الامن والامان لنا وحماية من يريد الخروج للتعبير عن رأيه بالطرق السلمية.

10- التأكيد على ضرورة البدء بالاصلاح والتغيير بالنفس والاسرة والأهل حتى يغير الله تعالى أحوالنا والاوضاع الفاسدة التي ابتلينا بها.

11- التأكيد على دور الشباب والعناية بهم والاهتمام بهم في البيت والمدرسة والجامعة وتوجيههم التوجيه السليم حتى لا يكونوا فريسة سهلة للمندسين والجهات المفسدة التي تستغلهم لتحقيق المصالح الشخصية والحزبية الضيقة.

12- التأكيد على الاصلاح وضرورته ولكن بالطرق التي تضمن النجاح له وتحمي الوطن والمواطن وتعمق الولاء والانتماء للوطن والتنبيه للاضرار السيئة للاصلاح إذا ما استعمل استعمالا خاطئا.

13- إبراز توجيهات وتوجهات جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين في المبادرة للاصلاح حتى قبل التحولات التي حدثت في العديد من الدول العربية وتوجيهات جلالته المتكررة والمتتالية للحكومة بالمبادرة والاسراع في الاصلاح ومكافحة الفساد والمفسدين ورسم خارطة طريق للاصلاح.

14- التأكيد على دور المسجد والمدرسة والجامعة والاعلام في الوقت الحالي لضبط الامور وجعلها تسير في المسرب الصحيح والطريق القويم الذي يوصل إلى الاصلاح المنشود وحماية مقدرات الوطن والمواطن.

15-التنبيه عن ظاهرة العنف ومناقشة أسبابه وأضراره وأخطاره على الفرد والمجتمع والتوجيه لتجنبه والقضاء عليه واستبدال العنف بالحوار والنقاش والحجج.

16- التنبيه لبعض الدعوات الهدامة الداعية إلى الاقليمية، وبيان حكمها في الشرع وأضرارها والدعوة إلى رص الصفوف والوقوف صفا واحدا في سبيل إصلاح ورفعة أوطاننا.

17- التأكيد على حرمة تكفير البعض بعضا، وبيان أن صاحب الأمر والنهي في ذلك هو رب العزة سبحانه وتعالى الذي يعلم ما في القلوب، أما نحن فلم نشق عن صدور بعضنا لنعلم الكافر من المسلم ونحكم عليه، والتشديد على محاربة المنهج التكفيري هذا.

18- التنبيه إلى عدم استخدام الدين والمساجد للتهوين والتهويش والتجييش لدفع العامة الابرياء الى الاضرار بالآخرين وممتلكاتهم ولقمة عيشهم، وجعل الناس يحبون يوم الجمعة الذي خلقه الله سبحانه وتعالى عيدا للمسلمين وينتظرونه بشغف لأداء صلاة الجمعة وصلة الارحام بدلا من تولد الكره لدى لبعض تجاه يوم الجمعة وما نشاهده بعد الصلاة من سلوكيات تضر بالاسلام وسمعته وتضر بمصالح الناس وطرق عيشهم.

19- التأكيد على الولاء والانتماء للوطن وحب الاوطان وبيان أن ذلك لا يتعارض مع الاسلام ولكن بالعكس هو من الايمان وشعور نبوي تبلور في موقفه صلى الله عليه وسلم عندما هاجر ووقف على جبل أبي قبيس.

20- التأكيد على وسطية الاسلام ونبذ العنف والتشدد، واستعمال الحوار والعقل والحجج كوسيلة للحوار مع الآخر.

21- التأكيد على عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول الآخرى التي حدثت فيها التحولات والتغيرات وترك ذلك لأهلها وعلمائها ومفتيها الذين هم أقدر على تقدير ظروفهم وأوضاعهم.

22- نقل الفتاوى الصادرةعن مفتي عام المملكة ومجلس الافتاء الصادرة بشأن التغيرات والتحولات وما رافقها من تصرفات وسلوكيات أضرت بالوطن والمواطن ومقدراته واجهزته.

وقد تعاملت البرامج الدينية في مؤسسة الاذاعة والتلفزيون الاردنية مع التحولات والتغيرات على النحو التالي:

أولا: برنامج " دين ودنيا:

1- الحديث عن آداب الحوار في الاسلام كوسيلة من وسائل إيصال الرأي والمطالب والمقترحات مع الرجوع لاصول الاسلام من القرآن الكريم واسنة النبوية المطهرة وتراث السلف الصالح وبيان نظرتهم للحوار وكيف استعملوه، بيان الغاية والهدف من الحوار، الحوار الهادف وليس البيزنطي الذي لا يفضي إلى نتائج ايجابية، الحديث عن مظاهر الحوار وأصوله وآدابه، الاحتكام الى الحوار واحترام نتائجه، الاسباب التي تمنع وتعيق وتحول دون الحوار، بيان مخاطر الحوار الهادف للشهرة وتحقيق المصالح الشخصية والحزبية[1].

2- الحديث عن حقوق العمال في الاسلام، الاضرابات كوسيلة تعبير وبيان ضوابطها وأضرارها على المواطن والاقتصاد الوطني وتعطيل مصالح الناس[2].

3- الحديث عن النصيحة في الاسلام، آداب النصيحة وآداب الناصح والمنصوح، النصيحة لائمة المسلمين وكيف تكون وممن تكون، المعيقات التي تعترض طريق النصيحة، مجالات النصيحة وفوائدها كونها أساس لبناء الامة واستقامة الامور وصلاح الحال

---

1 ـ برنامج " دين ودنيا " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ السبت 2011/3/12م

2 ـ برنامج " دين ودنيا " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ السبت 2011/3/26م

وسعادة الدارين، أهمية النصيحة لائمة المسلمين في الظروف الحالية التي تمر بها الامة العربية والاسلامية من تحولات وتغيرات سياسية واجتماعية، الدور الذي يعوله المواطن على علماء وفقهاء الاسلام ورجال الدين وخطباء المساجد وأساتذة الجامعات[1].

4- أدب الاختلاف، حقيقة الاختلاف وحدوده، الاسباب التي تؤدي الى الاختلاف، قدرالاختلاف وضوابطه وآدابه، السبل الكفيلة بالتخلص من سلبياته، التأكيد على أن لا يكون الاختلاف في الرأي سببا للاقتتل والصدام والتناحر بين الاخوة والأهل[2].

5- الرحمة في الاسلام، أهمية الرحمة بين ابناء المجتمع والبعد عن الشحناء والبغضاء والحقد والكر هية، مظاهر وصور الرحمة، التشديد على عدم الاقتتال بين ابناء الشعب الواحد وما يرافق ذلك من تخريب وتدمير للممتلكات العامة والخاصة[3].

6- الاشاعات، مفهومها وحكمها في لاسلام، بيان المقصود بالاشاعة، صورها والاسباب التي توجدها وتغذيها، استعراض تجارب الرسول صلى الله عليه وسلم والصحابة الكرام رضوان الله عليهم في التعامل معها، مخاطرها على المستوى الاقتصادي والاجتماعي والأمني والسياسي، صفات ومميزات الاشاعة، الطرق السليمة للتعامل مع الاشاعة وعلاجها[4].

---

1 ـ برنامج " دين ودنيا " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ السبت 2011/2/26م

2 ـ برنامج " دين ودنيا " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واداعة القرآن الكريم من عمان ـ السبت 2011/3/9م

3 ـ برنامج " دين ودنيا " اداعة المملكة الاردنية الهاشمية واداعة القرآن الكريم من عمان ـ السبت 2011/3/5م

4 ـ برنامج " دين ودنيا " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ السبت 2011/2/19م

7- الاخوة الايمانية والوحدة الوطنية، اسبابها ومرتكزاتها، الطرق التي تساعد على تمكينها والمحافظة عليها، الآفات التي تهددها مع التنبيه اليها، الاردن أنموذج للوحدة الوطنية ومثال يضرب للوحدة، اخطار المساس بالوحدة الوطنية واستعملها لتحقيق المآرب والغايات الشخصية والحزبية مم يؤثر على نسيج الوطن والمواطن[1].

8- دور رجال الدين في الاصلاح الاداري والسياسي والمالي، كون الاصلاح مطلب من مطالب التحولات والتغيرات التي حدثت في بعض البلدان العربية، معنى الاصلاح وصوره ومكانته في القرآن الكريم والسنة النبوية، منهج الاسلام الشمولي في الاصلاح القائم على العلاج الوقائي وتجفيف منابع الفساد قبل ظهورها وتعاظمها واصلاح النفس والاولاد والاهل، صاحب الاختصاص في الاصلاح وممن يكون الاصلاح ودور أولي الأمر في الاصلاح، الاشارة الى جهود جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين في محاربة الفساد وملاحقة المفسدين قبل حركات الاصلاح والخطوات الاصلاحية التي اتخذتها الحكومة في سبيل الاصلاح ومكافحة الفساد من السير في تعديل قانون الاجتماعات العامة وقانون الانتخابات وتحويل العديد من قضايا الفساد الى الجهات المختصة، العنف كوسيلة للاصلاح الاداري وبيان أضراره ونتائجه المدمرة واعاقته لمسيرة الاصلاح[2].

9- نعمة الأمن والأمان، الحديث عن نعمة الأمن انطلاقا من القرآن الكريم والسنة النبوية، وجوب شكر النعمة بالمحافظة على نعمة الأمن وعدم المساس بها، العلاقة

---

1 ـ برنامج " دين ودنيا " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ السبت 2011/4/2م

2 ـ برنامج " دين ودنيا " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ السبت 2011/4/9م

المتبادلة بين رجال الأمن والمواطن، مقومات الأمن والاستقرار، بيان الحكم الشرعي للاعتداء على رجال الأمن، أضرار انعدام الأمن وفقدانه على الوطن والمواطن[1].

ثانيا: برنامج " فكر وحضارة ":

1- التغيير، التغيير يبدأ من النفس، الخروج على الحاكم والتمرد العسكري وحكم الاسلام في ذلك، طبيعة البشر الخطأ ولا يجوز أن يكون خطأ مسؤول أو جهة مدعاة إلى الخروج على الحاكم والتمرد عليه، قاعدة الامر بالمعروف والنهي عن المنكر، تداخل وتلاحم الدين والمعرفية في المطالبة بالاصلاح، الدور الديني والحضور الديني في التحولات والتغيرات التي حدثت في الوطن العربي، دور الدين في التغيير[2].

2- الاختلاف، المقصود بالاختلاف وأنواعه، الاختلاف سنة العمران والكون، الهدف من الاختلاف هو اعمار الكون، أما إذا استعمل استعمالا خاطئا فإنه يؤدي إلى فساد الامة، مخاطر الاختلاف وأثر اتباع الهوى في الاختلاف، الاختلاف المحمود والاختلاف المذموم ونهاية المذموم هي الفساد في الارض، التأكيد على عدم التزمت والتعصب للرأي وعدم سماع رأي الطرف الآخر، استعمال بعض النصوص من القرآن الكريم والسنة النبوية استعملا خاطئا وفهمهما فهما خاطئا يفسد أكثر مما يصلح، السماحة في الاختلاف وكيفية الاختلاف حسب نهج الحبيب المصطفى صلى اللـه عليه وسلم[3].

---

1 ـ برنامج " دين ودنيا " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ السبت 2011/4/23م
2 ـ برنامج " فكر وحضارة " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/3/21م
3 ـ برنامج " فكر وحضارة " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ 4 الاثنين 2011/4/25م

3- الاخوة في الاسلام، مفهوم الاخوة في الاسلام، أهميتها وموجباتها، حرمة دماء وأموال وأعراض المسلمين، المؤثرات على الاخوة الايمانية وخاصة وسائل الاعلام المشبوهة التي تعزف على وتر الفرقة والاختلاف وتثير النعرات وتهول الصغائر، المواطنة الصالحة، كيف يمكن الاختلاف دون المساس بجوهر الاخوة الايمانية والوحدة الوطنية وصولا الى القرارات الصائبة الايجابية، منهج الاسلام في التعامل مع الخلافات التي تضر بالوحدة الوطنية والاخوة سيرا على هدي الرسول صلى الله عليه وسلم وصحبه الكرام، لايوجد خلاف بين اثنين على الاصلاح ولكن الاختلاف في الطريق عن التعبير، اعتراض واعاقة قطار الاصلاح يصب في مصلحة الفساد والمفسدين[1].

4- دور وأهمية الشباب في الاصلاح، الشباب هم الفاعلون في مجال التحول والتغيير، وهم القادرون على النهضة ورسم خريطة الغد وفتح أبواب الأمل بالحاضر والمستقبل، ويستطيعوا أن يعوضوا العجز الذي فات في الاصلاح، خطأ ومصيبة إهمال الشباب وتهميشهم وعدم الالتفات الى مطالبهم واحتياجاتهم، الاهتمام بتربية وثقافة الشباب، أسباب تنامي وبروز دور الشباب في التحولات والتغيرات التي جتاحت الامة العربية، هل لدى الشباب تصور للمرحلة القادمة وتغيراتها؟، هل لديه اجابات لما سيثار من اسئلة مطروحة على الامة؟، هل نجحت التربية والتعليم بانتاج اجيال تحافظ على هويتها؟، لماذا كانت الحرية عنوان هذا الجيل؟ وهل جاء ذلك نتيجة تصالح الشعوب مع ذاتهم ومع عصرهم لذا كانت الحرية عنوانهم أم أنهم خرجوا من وصاية المجتمع عليهم وانشغاله بالفرعيات ؟ ويدخل لتقييم واجابة هذه التساؤلات، اراء وتصورات تبين كيفية التعامل مع الشباب ومساعدتهم ليكونوا اداة بناء لا أداة هدم وغضب ودمار، مدى مقدرة علماء الامة في المساهمة برسم الخريطة التي بدأها الشباب لاصلاح الامة

---

1 ـ برنامج " فكر وحضارة " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/4/4م

للمحافظة عليهم من الضياع والضلال والوقوع في أيدي المفسدين، السبيل والطريق الجديد للتعامل مع الشباب في مرحلة مابعد التغيرات والتحولات[1].

5 الامة ومفهوم النهضة، المشروعات النهضوية السابقة ومحاولة تقييمها، لماذا لم يكتب لها النجاح ؟ ابرز المحاولات المتكررة لاجهاض هذه النهضة، هل حان وقت النهضة الحقيقية الآن ؟ هل الامة الاسلامية مهيئة للنهضة ؟ هل المواطن المسلم بات مهيئا للنهضة ؟ مفهوم النهضة انطلاقا من واقع الامة، دور الدين في انتاج الانسان المؤهل والفعّال المهيأ للنهضة، بيان علاقة قيم الدين بالنهضة والمجتمع، هل يستطيع الدين في وقتنا الحاضر انتاج نهضة حقيقية؟، من أين يبدأ خطاب النهضة ؟ هل الفكر الاسلامي الحالي يستطيع التعامل مع النهضة ؟ هل لدينا مشروع نهضوي حقيقي ناجح وما هي ملامحه ومرتكزاته وما لون ثقافته ؟ أسباب فشل مشاريع النهضة في العالم الاسلامي[2].

6- الخطاب الاسلامي، الثوابت والمتغيرات، تشابك اللغة في الخطاب وفهم النصوص والتعامل معها، مفهوم الخطاب الاسلامي وهل يختلف عن الخطاب عند الغير؟، هل هناك خطاب اسلامي موحد أم أن الموجود هو مجرد خطابات متناقضة؟، كيف يتعامل الخطاب الاسلامي مع التحولات والتغيرات الحاصلة ؟ هل هناك خطاب اسلامي جديد يراعي التحولات التي حدثت ؟ كيف يتعامل الخطاب الاسلامي مع النص والعقل؟، هل شكّل تراجع العقل عائقا أمام تطور الخطاب؟، بيان المشكلات والتحديات التي تواجه الخطاب الاسلامي وكيف يمكن مواجهتها ومعالجتها خاصة بعد

---

1 ـ برنامج " فكر وحضارة " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/2/28م
2 ـ برنامج " فكر وحضارة " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/4/11م

التحولات السياسية؟، استعراض نماذج الخطاب الاسلامي الموجودة الآن من سلفية وصوفية وغيرها[1].

7- الاصلاح في الاسلام، لا إصلاح بدون إيمان ولا إيمان بدون عمل صالح، ضرورة اصلاح النفس والمجتمع ثم بعد ذلك يكون الحديث عن الاصلاح، مفهوم الاصلاح وأولوياته ومجالاته في الاسلام، حقيقة الاصلاح، سبب ارتباط الاصلاح بالايمان، من هم الفاعلون بالاصلاح ومؤهلاتهم، بيان أولويات الاصلاح، اصلاح الفكر الديني والخيارات الاقتصادية والسياسية، كيف يمكن اصلاح النفس، الاصلاح لغة عالمية يستوي أمامها الجميع، هل يتحقق الاصلاح في غياب الحرية، التأكيد على أن الشارع متشوق للاصلاح والحرية، هل يوجد لدى الامة وصفة للاصلاح أم هناك تخوف من فتنة الاصلاح ومساوئه وأضراره؟، السياسة الشرعية ومقاصد الشرع الكبرى، ضوابط وقواعد تؤمن خارطة طريق للاصلاح تجنب الامة عن التيه والضياع، هل هنالك معيار إذا طبقناه يكون الاصلاح؟، حركات الاصلاح السابقة، هل تطور الحياة والمجتمعات يتطلب تطور اليات الاصلاح؟، لتأكيد على استقلالية القضاء وضرورته عند الاصلاح وأنه لا يوجد شخص فوق القانون، الاضرار التي قد تلحق بالمجتمع والمواطن من الاستعمال الخاطئ للاصلاح[2].

8- الاصلاح والديمقراطية من وجهة نظر اسلامية، الحديث عن دعوات الاصلاح والديمقراطية التي انطلقت وتتسابق في الوطن العربي، وفي ضوء ذلك شرعت الحكومات والنخب بتقديم تصورات للاصلاح والديمقراطية، هل نضجت المجتمعات العربية والاسلامية حتى تكون جاهزة لاستقبال هذا التغير الاصلاحي؟، هل سيكون الدين

---

1 ـ برنامج " فكر وحضارة " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/3/28م

2 ـ برنامج " فكر وحضارة " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/3/7م

حاضرا في هذه التحولات؟، ماهي المرجعية الاساسية والباعث الاصيل لأي تغيير أو اصلاح؟، بيان موقف الاسلام من الاصلاح والديمقراطية، هل هناك تصور اسلامي للسطة والدولة وملامح هذا التصور؟ وكيف نعطي مثالا على ذلك يكون الحكم على المنهج الاسلامي من خلاله؟، مالعلاقة بين الديمقراطية والشورى؟، نقاط الالتقاء والاختلاف بين الديمقراطية والشورى، معنى الحاكمية لله، هل يمكن لأي حكومة اسلامية الآن مصممة كي تتشابه مع الخلافة الاسلامية أن تقوم على نقاط فقه العصور الوسطى أم حكومة مدنية ذات مرجعية مدنية اسلامية؟، الاسلام أول حضارة وضعت تصور لقانون دستوري لا يتغير بتغير المشرعين، اعادة كتاب دستور اسلامي بصيغة مدنية وصلاحيات السلطة، كيف نفهم أن الدولة الاسلامية تقوم على مبدأ نظام الحكم والتفكير السياسي الاسلامي وعلاقته مع التراث الاسلامي؟[1].

9- مشروع النهضة، اسئلة والتباسات، بيان مفهوم النهضة وأسئلتها والتباساتها، ماهي ملامح مشروع النهضة ومرتكزاته؟، أهدافه ومضامينه وآلياته، ومن ينهض به الشعوب أم النخبات المثقفة أم الاحزاب والحكومات؟، نهضة الفكر أم نهضة السياسة والاقتصاد، البيئة العربية والاسلامية ومدى صلاحيتها لانتاج هذا المشروع، هل الثقافة هي المحرك؟، وما حدود الثقافة وملامحها التي تحتاج للسير بالنهضة؟، كيف نتصالح مع القيم العالمية وكيف نتعامل مع التاريخ لانتاج نهضة؟، هل للتاريخ دور أم أنه مبرر؟، كيف يمكن تعبئة الرأي العام العربي لقبول هذه النهضة؟، هل صحيح أن احساس المسلم بالازمة دفعه ودفع المجتمعات لهذا الطرح وهو لازال ميتا ولم ينضج بعد؟. ماالدواعي

---

1 ـ برنامج " فكر وحضارة " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/2/21م

والاسباب التي تدفع بالبعض إلى نبذ مشاريع النهضــة؟، ماهي انجازات النهضة المتوقعة؟[1].

ثالثا: برنامج " حوارات اسلامية ":

1- الاضرابات التي شهدتها بعض البلدان العربية، التحول في سلوك المواطنين، ماهي أسبابه ومظاهره؟، مظاهرات بعض الدول العربية، مظاهرات الجامعات، محاربة المحسوبية والواسطة، اضرار ومساوئ انتشار وتفشي الواسطة والمحسوبية، التعدي على الممتلكات العامة وممتلكات المواطنين، الاعتداء على رجال الامن، سير الحكومات في الاصلاح ودور المواطن في مساعدتها لانجاح هذا التحرك الاصلاحي، اسباب ومظاهر التحولات والتحركات في بعض البلدان العربية، طرق العلاج، دور الشباب في التحولات والاصلاح، التنبيه لخطورة المبالغة والاثارة في نقل الاخبار، دور الفقر والبطالة في تعاظم التحولات والتحركات، ميزة المجتمع الاردني في تحولاته وتحركاته[2].

2- البناء الوطني، مفهوم بناء الامة، البناء الفكري والعقدي، المحافظة على الاوطان، دور الخطاب الاسلامي في المحافظة على الاوطان، دور المسجد وخطبة الجمعة في المحافظة على الوطن ومقدراته والمجتمع ومكوناته وممتلكاته[3].

3- ظاهرة العنف، الحديث عن ظاهرة العنف في الجامعات والمجتمع، بيان أسباب هذا العنف وأخطاره ومساوئه، طرق العلاج، الدعوة الى استخدام الحوار كوسيلة لمعالجة الظلم الواقع، التأكيد على ضرورة تثقيف المواطن[4].

---

1 ـ برنامج " فكر وحضارة " اذاعة المملكة الاردنية الهاشمية واذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/2/27م

2 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/1/17م

3 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/4/18م

4 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/1/10م

4- الابتلاء، المطلوب من الانسان عند وقوع البلاء، اعداد القوة والاخذ بالاسباب، كيف نتعامل مع الابتلاء، عدم تركيز النظر على الابتلاء ونسيان النعم الاخرى، الوحدة الوطنية وأهميتها كأساس سليم سيما ونحن يجمعنا دين واحد ورب واحد ومقدسات واحدة، الدعوات الجاهلية وأضرارها وكيفية التعامل معها ونتائجها، الدعوات التي تسيء الى الوحدة الوطنية، علينا أن نتقي الله في أوطاننا، جلد الذات، أي اصلاح لن يكون على حساب الوحدة الوطنية[1].

5- بناء الامة في الاسلام، ابراز المؤاخاة بين المهاجرين والانصار وبيان أهميتها في بناء الدولة الاسلامية الاولى، الدروس والعبر التي يمكن استفادتها منها اليوم، الوحدة ودورها في بناء المجتمع الاسلامي، التعايش السلمي والعيش المشترك في المجتمع، ابراز خصوصية الاردن وميزته عن باقي الدول العربية والاسلامية بهذا الشأن ولفت النظر الى حالة الاردن كأنموذج للوحدة الوطنية[2].

6- فلسفة الخيرية، بيان أن الامة الاسلامية خير أمة أخرجت للناس، الامور والصفات التي جعلت الامه الاسلامية خير أمة، متطلبات هذه الخيرية من العفو وكظم الغيظ وعدم الاعتداء على الآخرين والمسابقة الى فعل الخيرات، مصلحة الاوطان ومصلحة الاشخاص، الحل عند تعارض مصلحة الاوطان مع مصلحة الاشخاص، الوحدة الوطنية، الاقليمية والعنصرية واثرها وحكمها في الشرع وطرق التخلص منها، الاشارة الى جهات وأطراف تعمل على زعزعة الاوضاع في الامة العربية والاسلامية[3].

7- الامن والنظام والفوضى، دور السراة المتعلمين وأضرار السراة الجهال، حب الاوطان عند رسول الله صلى الله عليه وسلم، اختلاف المسلمين في صلح الحديبية وكيف

---

1 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/1/24م
2 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/1/25م
3 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/1/31م

تعامل معه الرسول صلى الـلـه عليه وسلم، كيف تعامل المسلمون مع تبعات هـذا الاخـتلاف، أي تحـولات يجب أن لاتهدر موارد البلد ولا تزعزع الوحدة الوطنيـة، ضرورة الحفـاظ عـلى النـسيج الـوطني والانـتماء والولاء للوطن ولقيادة الوطن، التنبيه لمحاولات زرع الفتنـة تحـت عبـاءة الاصـلاح، الاشـارة لجهـود جلالـة الملك عبدالـلـه الثاني ابن الحسين في الاصلاح، وتوجهات الحكومة الى الاصـلاح وتعزيـز سـلوكيات الاصـلاح، انجراف البعض الى الاستماع الى الشعارات والخطب الرنانة وعبر المواقع الالكترونية والفيس بـوك لتجيـيش الشباب وحثهم على المشاركة في المظاهرات، الجميع مع التعبير عن الرأي بالاعتصامات البناءة التـي تلتـزم بآداب التعبير عن الرأي وتحافظ على مقدرات الوطن والمواطن، المطالبـة باسـتعجال الاصـلاح يعيـق عمـل الحكومة ويعرقل عملها ضرورة احترام رأي الجميع وعدم الصاق التهم والالقاب السيئة على الآخر، التنبيـه الى وجود مندسين بين المتظاهرين لاثارة البلبة والاساءة للوطن والمواطن، لجنة الحوار الوطني وعملها[1].

8- الفكـر التنـويري للامـة الاسـلامية، الفـتن التـي حـصلت في صـدر الاسـلام وكيـف تعامـل معهـا المسلمون واستطاعوا تجاوزها، دور اليهود في الفتن زمن الرسول صلى الـلــه عليـه وسـلم، ظـاهرة التكفـير وحكمها واضرارها وبيان صاحب الامر فيها وهو الـلـه سبحانه وتعالى الذي يعلم السرائر، الوحدة الوطنيـة والمحافظة عليها تحافظ على الامن والاستقرار، دور المجتمـع والاسرة في التـسلح بـلقيم والاخـلاق الدينيـة، تعزيز ثقافة الحوار وعدم التفرد بـالقرار وسياسـة التهويـل وامبالغـة وخاصـة عنـد بعـض وسـائل الاعـلام والصالونات السياسية، الاشاعات واضرارهـا والتعامـل معهـا، الرؤيـة الواضـحة للاسـلام وضرورة تقـديمها في جميع الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعيـة، الاصـلاح الـسياسي بحاجـة لاصـلاح اجتماعـي واصـلاح للنفوس والبيت[2].

---

1 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/4/4م

2 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/3/14م

9- الانتماء والوطنية والولاء، الانتماء والوطنية لايتعارضان مع الاسلام، الانتماء والولاء وتولي الكفار، الفكر يقابل بالفكر والحجة بالحجة، الانتماء السلوكي في جميع مناحي الحياة، الانتماء والولاء والوطنية ليست حكرا لاحد، مؤسسات الدولة وجدت اصلا لخدمة الوطن والمواطن فلا يجوز التعدي عليها، تنمية الولاء في نفوس الاطفال من البيت الى المدرسة والجامعة ورعايتهم كي لايقعوا في ايدي المفسدين والمواقع المشبوهة، دور الجامعات واساتذة الجامعات في تنمية الولاء والانتماء عند الطلبة، ابراز منجزات الوطن ودور الاردن في صناعة القرارات السياسية والاقتصادية على المستوى العربي والعالمي، تعزيز مكانة الاردن في قلوب ابنائه وتعريفهم بتاريخ الاردن ومكانته، دور الاعلام والمسجد في تنمية الولاء والانتماء، التسامح الديني، الخطاب الديني وخصائصه، دور العلماء وقادة الرأي في التحولات الحاصلة في الوطن العربي[1].

10- الوسطية والاعتدال، العنف والتشدد ومخاطرهما، خيرية الامة الاسلامية، معايير الخيرية، الامر بالمعروف والنهي عن المنكر، اليسر والسماحة، على من تقع مسؤولية التشدد والتطرف، دور ادعياء الاسلام في التشدد واعطاء صورة سوداوية عن الاسلام، اسباب اختلاف المسلمين دون غيرهم، دور المؤسسات الدينية في الحفاظ على الامن والامان والاستقرار، الاصلاح مع الفوضى اضراره ونتائجه، الموازنة بين الاصلاح مع الفوضى والفساد مع عدم الفوضى، الاصلاح لايتحقق الا بوجود الامان، التنبيه عن ادعياء الاسلام وعدم الاخذ بأقوالهم وسلوكياتهم، الدعوة الى الله باللطف واللين والجمع وعدم التفريق[2].

11-التنوع ودوره في وحدة الامة الاسلامية، عوائق الوحدة العربية والاسلامية، التنوع الثقافي ودوره في وحدة الامة، طرق حماية الهوية العربية والاسلامية،

---

1 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/4/11م
2 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/5/2م

العنصرية والاقليمية أسبابها واضرارها وسبل علاجها، المحافظة على الوحدة والانفتاح على الحضارات المتعددة[1].

رابعا: برنامج " فتاوى على الهواء:

1- تأكيد سماحة مفتي عام المملكة وأعضاء مجلس الافتاء على عدم أصدار أي فتوى بشأن التحولات الحاصلة في بعض البلدان العربية انطلاقا من كونه شأن داخلي ويجب توجيه السؤال الى الافتاء في تلك الدول الذين يعرفون أوضاعهم واقدر على تقدير ظروفهم واصدار الفتاوى بشأنها.

2- حكم الاضرابات وتعطيل الاعمال والاضرار باقتصاديات البلد وحياة المواطن اليومية.

3- حكم التعدي على الممتلكات العامة والخاصة ومقدرات الوطن بالتكسير والاتلاف.

4- حكم لمز الآخرين ووصفهم بصفات قبيحة ومكروهه.

5- حكم الاعتداء على رجال الامن العام والاجهزة الامنية والتعدي عليهم ماديا ومعنويا وباليد واللسان.

6- حكم الخروج على الحكام والولاة.

7- حكم تكفير الآخرين واخراجهم من ملة الاسلام.

---

1 ـ برنامج " حوارات اسلامية " اذاعة القرآن الكريم من عمان ـ الاثنين 2011/3/7م

الفصل السادس

الوسائل الإعلامية والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية

الفصل السادس

الوسائل الإعلامية والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية

إن الإسلام لم يجعل وسائل الدعوة أمراً محدداً لا يمكن تجاوزه، بل جاء بالإطار العام لمنهج الدعوة ووسائلها يقول الله سبحانه وتعالى:(ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ) النحل:125، فالمطلوب في الدعوة هو الحكمة، ومنها الحكمة في استخدام الوسيلة المناسبة، ومن المعلوم أنّ الزمن يتغير، والوسائل تتنوع، فعلى سبيل المثال كانت الكتب قديماً تنسخ باليد على الجلود أو أوراق الشجر، ولا يظهر منها إلا نسخ قليلة، أصبحت بعد ذلك تطبع بالمطابع على الورق، ويوزع منها كثير جداً الذي يصل لعشرات الآلاف من المستفيدين، ثمّ تطور الأمر إلى أن ظهرت الكتب الكترونية على الأقراص المدمجة.

ونحن أمّة أصحاب دين عالمي، فلسنا أصحاب دين قومي أو محلي، فرسالة للعالم أجمع قال تعالى:(وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِلْعَالَمِينَ) الأنبياء:107، وقال تعالى:(وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيراً وَنَذِيراً وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لا يَعْلَمُونَ) سبأ:28. إنّ وسائل وأساليب الدعوة متجددة، والمؤمن مطالب بالإبداع في وسائل الدعوة وعدم الجمود، مع ملاحظة أنّ الوسائل تأخذ حكم الغايات في شرع الله، وشرعنا يرفض مبدأ الغاية تبرر الوسيلة. فأصبح من واجب دعاة الإسلام وعلمائه أن يستفيدوا من جميع أنواع الوسائل الحديثة-التي ظهرت في عصر ثورة المعلومات والاتصالات- لإيصال دعوة الله تعالى إلى كل الناس، وبكل اللغات إن أمكن ذلك.

والداعية الناجح لا يترك وسيلة لعرض دعوته وكسب الأنصار لها إلا استعملها، وهو يستفيد من كل ما أتيح له من وسائل حديثة، ومن مستجدات العصر في الدعوة إلي الله؛ فهو يدعو عبر القنوات الفضائية، وعن طريق شبكة المعلومات

الدولية(الإنترنت)وكل ما يُستجد من وسائل وتقنيات حديثة، ولا يحصر نفسه في دائرة ضيقة من الوسائل، مع الحفاظ على ثوابت الدعوة وأصولها، والداعية الناجح يأخذ بالتنوع في وسائله الدعوية، وبما يتناسب مع الزمان والمكان والأشخاص والأحوال، وشعاره:"أُمرنا أن نخاطب الناس على قدر عقولهم".([1])

وأصبح اليوم بإمكان الداعية المسلم أن يصل إلى ملايين الناس بفضل هذه الوسائل الحديثة، والتي ظهرت واخترعت ليس من أجل الدعوة، ولكن لمصالح أخرى حسب نوايا مصنعيها، ومع أنّ بعضها استخدم أصلاً لمعارضة الدعوة والتشكيك في الإسلام شريعة وعقيدة. فالجدير بالدعاة إذن ألا يقفوا جامدين إزاء هذه الوسائل، التي أصبحت سلاحا ذي حدّين، فأهل الباطل يستفيدون منها أقصى ما يستطيعون في نشر باطلهم، لذا فإنّه يجب على الدعاة أن ينتفعوا ويستفيدوا الوسائل الحديثة التي أصبحت في هذا العصر هي وسيلة الاتصال بين العالم. ويمكن القول بأنّ الوسائل الدعوية الحديثة كثيرة جداً، وربما من الصعب حصرها.

أولا: وسائل الإعلام المعاصرة:

لا شك أن الإعلام في الوقت الحاضر له أهمية متميزة وهو سلاح دو حدين وغير المسلمين استفاد منه واستخدمه في نشر قيمه ومبادئه مما كان له أثر في الأمة الإسلامية جماعات وأفراد وأسر، ولدى المسلمين تقصير بيّن في الاستفادة من وسائل الإعلام وبخاصة في مجال الدعوة إلى الله. **ومنها:**

1- معلم أساسية لانطلاقة الداعية: موقع إخوان أون لاين، 2004/01/05م، معالم أساسية لنجاح الداعية:جهاد، المجتمع الكويتية، 1422/7/4هـ.

القنوات الفضائية الدعوية:

إن إنشاء قنوات فضائية إسلامية دعوية أصبح اليوم من الواجبات، فهي أكثر الوسائل الدعوية تحقيقاً لواجب الدعوة إلى الله تعالى، حيث هناك من النّاس من لا تصل إليهم الدعوة إلا بواسطة هذه الوسيلة، وما لم يتمّ به الواجب فهو واجب، وإذا لم نستعملها في الدعوة نقص حظّنا منها، وفات كثير من الناس أن يعرفوا شيئاً عن الإسلام، وبقوا عى جهلهم، أو يغزوهم المضللون والهدامون فيصلون إليهم بإذاعاتهم وشكاتهم وقنواتهم الفضائية فتصل إليهم الأفكار الهدامة والعقائد الفاسدة، ولا يصل إليهم نور الإسلام وهديه.

إنّ القناة الإسلامية تتوافر لها كثير من إمكانيات الانتشار الواسع والتأثير البالغ..ولذلك قد تعين على الأمّة إنشاء قنوات فضائية إسلامية تحمل همّ الدعوة إلى الله تعالى، وتسير على منهج أهل السنة والجماعة، فتحمل رسالتها بكل ثقة واعتزاز وتبصر، لتبث روح التدين الصحيح القائم على الوسطية في الاعتقاد والسلوك بعيداً عن الغلو والتطرف، كما يمكن لها أن تقدّم المفهوم الصحيح للإسلام لكثير من الأقليات المسلمة التي تعيش في المجتمعات الكافرة ويهددها الذوبان في هذه المجتمعات. إن مسألة إنشاء القناة الفضائية لم يعد خياراً للأمة بل هو واجب شرعي لإشاعة الحق وكشف الباطل، وإنشاء القناة الفضائية الدعوية مهمة: الحكومات المسلمة والعلماء والدعاة والإعلاميون والمفكرون والتجار وغيرهم، ممن لديه استطاعة في الإسهام في إنشاء هذه القنوات بالدعم المالي أو الفكري أو البدني، وذلك بتسخير الطاقت المالية والإعلامية والإدارية لإنشائها واستمرارها في أداء رسالتها الدعوية.([1])

1- قناة مكة الفضائية.انظر موقعها على شبكة المعلومات الدولية (http://www.makkah1.tv/main.html.)

ثانيا:وسائل الاتصال المعاصرة:

شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت):وما يلحق بها، ومنها:

يمكن للداعية أن يستفيد من شبكة المعلومات الدولية لبث الدعوة، وكذلك المدعو يستفيد مما فيها من العلوم الشرعية، ففيها الكثير من الكتب الشرعية، والمواعظ والخطب والمحاضرات والدروس، وغير ذلك من البرامج النافعة، مع ضرورة الحذر مما فيها من المنكرات والضلالات. والدعوة فيها تكون بالصوت والصورة مباشرة، وبعدة لغات لدعوة المسلمين وغير المسلمين في شتى بقاع الأرض.

"ومن فوائد (الإنترنت) الحصول على برامج عديدة في العلوم المختلفة في التفسير والحديث، والفتاوى الفقهية، واللغة، إضافة إلى تحميل الكتب والمصنفات العديدة، بلغاتٍ مختلفةٍ على أجهزة الحاسوب، وهذه تفيد كثيراً من الناس في الدول التي يصعب أو لا يكمن نقل الكتب الإسلامية إليها، إضافةً إلى تبصير المسلمين بأحوال العالم الإسلامي، وما يعانون منه وطرح مشكلاتهم وسبل حلها".([1])

والدعوة الإسلامية من خلال استخدام شبكة المعلومات الدولية يمكن تلخيص أهم مزاياها فيما يأتي:-

"أ-إن إثبات العقائد يتطلب استحضار عدد كبير من الأدلة والبراهين، وتختلف طبيعة المعلومات المسترجعة بحسب طبيعة المستخدم ومعلوماته السابقة عن الإسلام، وكذلك بحسب عمره الزمني وتخصصه العلمي ووضعه الاجتماعي وغير ذلك من العناصر المؤثرة. وهنا يمكن لتقنيات الحاسوب حفظ كم كبير من الأدلة والبراهين والمناقشات والحوارات، وتصنيف جميع هذه المعلومات وفق الموضوعات أو وفق مستوي مناسبتها لفئات معينة من المستخدمين. وستقوم هذه الحواسب بتخزين كم معرفي كبير مما

1- استخدام البالتوك في الدعوة إلى الله عز وجل والبديل المقترح-الدكتور عاصم بن عبد الله القريوتي.

سبق إنتاجه في الماضي من قبل العلماء والمختصين في مجال الدعوة، وسينمو هذا الكم المعرفي من خلال الجهود المستمرة التي يبذلها العشرات والمئات من العلماء والمختصين في مختلف بقاع العالم وبمختلف اللغات.

ب- يمكن لتقنيات الحاسوب وشبكة (الإنترنت) أن تصل إلى مجموعات كبيرة من البشر لم تصلهم رسالة الإسلام بسبب وجودهم في مجتمعات منغلقة فكرياً وإعلامياً، أو بسبب عدم وصول جهود الدعوة الإسلامية إلى بلادهم. ويمكن لهذه التقنيات أن تنقل المفاهيم والأفكار الصحيحة عن الإسلام إلى المجتمعات التي تتعمد تشويه صورة الإسلام وتنشر المفهيم المغلوطة عنه.

ت-إن توفر المادة العلمية التي تخدم الإسلام على شبكة (الإنترنت) يجعل الوصول إليها تحت تحكم المستخدم بحيث يمكنه الوصول إليها ساعة يشاء واختيار المواضيع التي يرغبها. وهذه ميزة كبيرة لا تتوفر في الوسائل التقليدية للدعوة التي تتطلب جهداً كبيراً وتكلفة عالية في إرسال الدعاة أو طباعة الكتب وإرسالها للناس.

ث-أن الدعوة باستخدام الحاسوب وشبكة (الإنترنت) يمكنها أن تصل إلى الفئات المتعلمة في المجتمعات المختلفة حيث أن هذه الفئات هي الأكثر استخداماً لهذه التقنيات. وهذه الفئات هي في العادة ذات التأثير الفعال في المجتمع، لذا فإن الوصول إليهم واستمالتهم إلى دين الإسلام يعني التأثير بطريق غير مباشر على أعداد كبيرة أخرى من البشر تتأثر بهذه الفئات.

ميزات الدَّعوة عبر (الإنترنت) :

لقد اشتملت شبكة (الإنترنت)على عدة ميزات تجعلها أرضًا خصبة للاستثمار في الدعوة إلى الله تعالى، **ومن هذه الميزات:-**

1- ارتباط ملايين الهيئات والمنظمات والأفراد في شبكة واحدة عالمية

2- تحقيق الاتصال وتبادل المعلومات بين الأطراف المشتركة على الشبكة بخلاف الوسائل الإعلامية الأخرى كالصحف والبث التلفزيوني، والتي تكون غالباً وحيدة الاتجاه من الناشر إلى القارئ؛

3- سهولة الاستخدام والتعلم للوسائل الحديثة، والنشر الإلكتروني تجعل الكل يستطيع التعامل معها. إن استخدام (الإنترنت) أسهل من استخدام الكمبيوتر، ويمكن أن يستخدم الشخص (الإنترنت) خلال عدة جلسات لا تتجاوز عشر ساعات حتى ولو لم يستخدم (الإنترنت) من قبل وهذا حافز للدعاة في تسهيل عملية التعامل مع (الإنترنت)، الذي يحسب بعض الدعاة أنه يحتاج إلى دورات تعليمية طويلة المدى لإتقان مهارات التعامل مع(الإنترنت).

4- توفير وسائل بحث واستقصاء وعرض للمعلومات ذات سرعة بالغة بالإضافة لتخزين كم هائل من البيانات والمعلومات

5- تنوع وتعدد أسلوب العرض والإعلان على الشبكة من النصوص المكتوبة والصور والرسوم بالإضافة إلى الأصوات والعرض الفيديوي بخلاف وسائل الإعلام الأخرى كالإذاعات أو محطات التلفزيون أو الصحف

6- إمكانية الربط بين المعلومات المتنوعة المتوفرة على الشبكة حيث يمكن للمستخدم مثلاً البحث في موسوعة القرآن الكريم ثم البحث في موسوعة كتب التفاسير على موقع، والانتقال إلى موسوعة الحديث والتي قد تكون على موقع آخر بالشبكة دون جهد ثم في نفس الوقت مما يهيئ وسيلة غاية الفاعلية للحصول على المعلومات المطلوبة ولكن الذي يجب التأكيد عليه أن استخدام الحاسوب وشبكة (الإنترنت) كوسيلة لنشر

الإسلام لا يعني الاستغناء عن الوسائل الأخرى، فهذه الوسيلة ليست بديلاً عنها وإنما هي وسيلة تكمل الجهود الأخرى المبذولة في سبيل نشر الإسلام بين الناس."([1])

7- الجاذبية: إقبال الناس المتزايد على استخدام (الإنترنت) كبير؛ إذ يبلغ عدد المستخدمين حوالي (350) مليونًا، وينضم شهريًا أكثر من مليون مستخدم، وأصبحت (الإنترنت) اليوم مرجعًا لكل باحث عن معلومة معينة ومقصدًا لكل طالب علم ديني أو دنيوي. لقد كان من الصعوبة فيما مضى الحصول على معلومات صحيحة وشاملة عن الإسلام في كثير من بلدان العالم، أمّا اليوم فقد اختلف الوضع تمامًا، وصار الإسلام يقتحم بيوت الناس ومعاهدهم بل وغرفهم الخاصة.

إنّ بعض الدول الشيوعية مثلاً ترفض دخول القرآن الكريم، وتحارب الدين وتضع الموانع للحيلولة دون تواصل المسلمين فيها مع إخوانهم من بلدان المسلمين الأخرى، وعبر (الإنترنت) يمكن أن يقرأ المسلم القرآن الكريم، وكتب التفسير، فيعرف أحكام الدين، ويتعلم وهو في منزله.

8- قلة التكلفة: ويدلّ على ذلك أنه لو فكر إنسان بطباعة كتيب صغير يوزعه على عشرة آلاف شخص فيكلفه مبلغا لا بأس به، أمّا عبر(الإنترنت) فيمكن أن يُطبع الكتاب ويُرسل إلى ملايين دون تكلفة تذكر. كما أن كثيراً من الخدمات التي تقدمها الشركات العالمية أصبحت مجانية، ومعظم هذه الخدمات هي نفسها التي يستخدمها الدعاة إلى الله من الوسائل المقروءة والمرئية والمسموعة.

9- العالمية: لقد أصبح استخدام(الإنترنت) متوفراً في كل دول العالم تقريبًا، ولذا فإنّ الداعية ليس محصورًا في مكان معين، أو مدرسة معينة أو مسجد معين؛ إذ يمكن أن يدعو في أي مكان بمجرد وجود شبكة (إنترنت) حتى من مقاهي (الإنترنت) كما يستطيع

1- مقترح إنشاء مركز خدمة الإسلام بواسطة الحاسوب والإنترنت:

أن يدعو وهو بعيد عن الشبكة، ويتمثل هذا في حالة تأسيسه لموقع يمكن الاستفادة منه حتى وهو نائم.

10- تعدُّد وسائل الدعوة عبر(الإنترنت):إنّه يشتمل على عدة أشكال وصور من التواصل والاتصال مع الآخرين، إذ يمكن توظيفه من خلال أكثر من وسيلة دعوية، فالكتاب أو الشريط أو المحاضرة أو المحاورة سواء كانت خطية أو مسموعة أو منظورة، كلها وسائل دعوية مؤثرة يمكن استثمارها عبر (الإنترنت). ([1])

أ- إنشاء المواقع الشبكية:

تعدُّ المواقع الشبكية من أهمِّ الوسائل للدعوة الإسلامية المعاصرة، والمواقع الإسلامية لا تزال قليلة مقارنة بالمواقع غير الإسلامية. ولقد "شهدت السنوات الأخيرة جهوداً متزايدة لتطوير تطبيقات الحاسوب في خدمة الأغراض الإسلامية والشرعية. وقد تركزت معظم تلك الجهود حول تطوير استخدامات الحاسوب في خدمة السنة النبوية (تحقيق وتصنيف وحفظ واسترجاع)، وفي خدمة القرآن الكريم (حفظ واسترجاع وشرح معاني كلمات وتفاسير). كذلك برزت التطبيقات التي تهدف لبناء نظم معلومات وقواعد بيانات فقهية ولأغراض حساب المواريث وخدمة عنم الفرائض، كما توجد بعض التطبيقات التعليمية التي تهدف لتعليم الأطفال كيفية أداء الصلاة وكيفية ممارسة بعض الشعائر الدينية...إنَّ الدعوة للإسلام مجال يتعامل فيه الداعية مع قدر كبير من المعلومات التي يرغب في إيصالها إلى من يدعوهم، لذا فإنَّ الحاسوب وشبكة (الإنترنت) ستكون وسائل فعالة في هذا المجال، لما لهذه التقنيات من قدرات عالية على حفظ كم هائل من المعلومات وتيسير عمليات استرجاعها والوصول إليها. وقد بينت العديد من

1- الدعوة إلى الله عبر الشبكة العنكبوتية:خالد بن عبد الله البشر، انظر موقع الدين على شبكة المعلومات الدولية(http: /www deen.ws/daoh/112.htm)

الدراسات السابقة أن هناك عناصر عديدة تزيد من فعالية تقنيات الحاسوب وشبكة (الإنترنت) في مجال الدعوة الإسلامية".([1])

ولا بد من مراعاة بعض الأمور في إنشاء المواقع عبر شبكة المعلومات الدولية، ومن أهمها:-

1- أن يسبق إنشاء الموقع دراسة واقعية، يتم من خلالها تحديد الهدف من الموقع وطبيعته ومدى حاجة الناس إليه، وفائدة مثل هذه الدراسة:أن نتفادى التكرار في المواقع ونسخها، فإنَّ كثيراً من المواقع تتشابه في المضمون إلى حد بعيد، وإن اختلفت في الظاهر، فنجد أنَّ الموقع يبدأ من حيث بدأ غيره، ويعيد التجارب والأخطاء بسبب عدم إطلاعه على منجزات الآخرين.

2- أن يشرف على الموقع لجنة شرعية متخصصة، أو على الأقل أحد العلماء، أو طلاب العلم، حتى لا يعرض الموقع ما يخالف شرع اللـه تعالى.

3- أن يستقل الموقع بذاته قدر الإمكان، بمعنى أن لا يكون تابعاً لموقع آخر ممن يقدمون خدمة تصميم المواقع مجاناً، وإن لم يكن بد من الاستعانة بمثل هذه المواقع فليكن الموقع المضيف من المواقع التي لا تعرض ما يخالف الدين والأخلاق، فبعض المواقع المضيفة يعرض الصور السيئة حين التنقل بين صفحاته، والسبب أن موقعهم تم تصميمه من خلال موقع لا يبالي بعرض مثل هذه الأمور.

4- التصميم الجيد للموقع، **وهذا يتطلب أموراً منها:-**

أ- حسن اختيار عنوان الموقع، وهذا يتطلب ثلاثة أمور:أولها:أن يكون العنوان سهل التذكر، وهذا يستلزم أن لا يكون طويلاً، والثاني:أن يدل العنوان على محتوى الموقع، والثالث:أن يكون العنوان جذاباً يلفت انتباه المتصفحين.

1- المصدر السابق.

ب- استعمال أساليب الجذب والتشويق للزائر، وهذا لا يتم إلا باستخدام تقنيات الوسائط المتعددة التي تعني بدمج النص والصوت والصورة والعروض المرئية والرسوم المتحركة في بيئة واحدة.

ج- أن يكون الموقع سهل الاستخدام، ويحقق مفهوم الصداقة مع المستخدم.

د- الاهتمام باللغة العربية الفصحى، وجعلها لغة الموقع الأساسية في جميع الصفحات.

هـ- أن يدعم الموقع أكثر من لغة لاسيما اللغات الحية كالإنجليزية والفرنسية.و- التعميم أو التخصيص بشرط الجودة، فإمّا أن يتخصص الموقع في جانب معين(علمي- دعوي- إيماني- تربوي- جهادي- سياسي- المرأة المسلمة)، وقد يتخصص كل جانب من هذه الجوانب في فرع من الفروع، فالموقع العلمي قد يهتم بالعقيدة أو بالفقه أو بالحديث النبوي أو بالقرآن وعلومه وهكذا، وبذلك يجعل الموقع كل ثقله في الجانب الذي تخصص فيه، بحيث يكون مرجعاً لجميع الزوار في هذا الجانب، أو أن يكون الموقع عاماً شاملاً فيجمع بين جوانب مختلفة من العلوم والدعوة والتربية.

5- إدارة الموقع من حيث صيانته من الاختراق وأمن بياناته وملفاته وكذلك تحديثه بين فترة وأخرى، بما يجذب الزوار، وهناك شركات تسمى Web hosting service تقدم مثل هذه الخدمة- أعني إدارة الموقع من جميع النواحي- تتولى القيام بمثل هذه المهام، إضافة إلى أن هناك برمجيات تسمى Web Server Software تقوم بالإشراف على كفاءة الموقع، من حيث سرعة تحميل الصفحة الرئيسية Home page، وكذلك معرفة الروابط Links المنقطعة بين الصفحات وغير ذلك.([1])

1- طرق لخدمة الإسلام عبر الإنترنت: شوقي عباد، موقع صيد الفوائد على شبكة المعلومات الدولية(www.saaid.net).

ب- البريد الإلكتروني(Mail-E):

إنّ البريد الإلكتروني أفضل بكثير من البريد العادي أو حتى الممتاز من حيث عامل الوقت وعامل الكلفة، وعلى الإنسان أن لا يستصغر مثل هذه الرسائل إنّما هي كبسة زر وتصل إلى المدعو، فإن قرأها فالحمد لله، وإن لم يقرأها فالأجر ثابت إن شاء الله تعالى، قال عليه الصلاة والسلام:"لا تحقرنّ من المعروف شيئاً".([1]) ولقد عرف البريد الإلكتروني قبل (الإنترنت) إلاّ أن (الإنترنت)أشهره، وأصبح حصول أي مستخدم على بريد إلكتروني مجاني من الأمور السهلة جداً، وتحرص كثير من المواقع على منح هذا البريد لأغراض خاصة بهم!

ومن طرق الدعوة إلى الله عبر البريد الإلكتروني:شراء قوائم بريدية؛ إذ يوجد شركات في الإنترنت تقدم خدمات بريدية بأسعار معقولة؛ فهذه الشركات لها قوائم بريدية تتجاوز أحيانًا عشرون مليون عنوان بريدي، ويتم الاتفاق بين هذه الشركات والداعية على مبلغ معين وهو تقريبًا ألفان(2000) دولار لتوصيل رسالة لعشرة ملايين مشترك في (الإنترنت)، ويمكن أن يقوم الداعية بإنشاء قوائم؛ ويستخدمها في المراسلة، ويمكن الرجوع إلى موقع القائمة التي أنشأها أحد الدعاة جزاه الله خيرًا ويبلغ عدد المنتسبين إليها أكثر من عشرة آلاف عنوانها (http: //www. Egroups. Com/ group dateel) وقد استخدم بعض الدعاة هذه القوائم؛ فنفع الله بها وجادت بالخير الكثير؛ وأسلم على يديه عدد لا بأس به من مختلف دول العالم ([2])

إنّ الداعية يستطيع خدمة الإسلام عن طريق هذه الأداة في الدعوة إلى الله تعالى والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وذلك بإرسال رسائل إلى جميع الناس مسلمهم

1- رواه مسلم، رقم 2626، 2026/4، باب استحباب طلاقة الوجه ثم اللقاء.

2- الدعوة إلى الله عبر الشبكة العنكبوتية:خالد بن عبد الله البشر، طرق لخدمة الإسلام عبر الإنترنت: شوقي عباد، مصدر سابق.

وكافرهم، فأمّا المسلم فقد يكون مقصراً أو واقعا في معصية أو بدعة فينبه لذلك، وينصح ويوعظ ويذكر، قال الله تعالى:(وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ) الذاريات:55. وأما الكافر فبدعوته إلى الإسلام وعرضه عليه، وإزاحة الشبهات عنه التي تزعزع ثقته بالإسلام. وعناوين مثل هؤلاء الأشخاص يمكن الحصول عليها من طريق الصحف والمجلات السيارة التي تهتم بنشر عناوين قرائها.([1])

ج- المنتديات(Forums):

وتسمى أيضاً ساحات النقاش، وفي المنتدى يتبادل مجموعة من الأشخاص الأفكار والمعلومات فيما بينهم في موضوع ما من خلال سبورة إلكترونية كبيرة، حيث يستطيع كل واحد أن يبعث رسالته إلى الآخرين حول الموضوع، ثم يردّون عليها إن أرادوا.

ويستطيع الداعية أن يخدم الإسلام بواسطة المنتديات من زاويتين:الأولى:إنشاء المنتديات الدعوية المفيدة، وهذا يدخل في إنشاء المواقع النافعة، والثانية: المشاركة الفعالة في مثل هذه المنتديات والرفع من مستواها، والارتقاء بها، وتفعيل دورها في الدعوة الإسلامية، ولذلك يقترح مراعاة الآداب التالية:-

1- الاشتراك في المنتدى الذي سيستفيد منه الشخص أو الذي سيستفيد غيره من خلاله، لا المنتدى الذي يحبه ويميل إليه نفسياً فإن مثل هذا المنتدى-غالباً- مضيعة للوقت.

1- المصدر السابق. وانظر·كيف تدعو إلى الله تعالى عبر الإنترنت: إعداد موقع السنة الإسلامي، موقع صيد الفوائد((www.saaid.net).

1 رواه أبو داود، رقم 4800، 253/4، باب في حسن الخلق. والبيهقي في السنن الكبرى،249/10، باب المزاح لا ترد به الشهادة م لم يخرج في المزاح إلى عضه النسب أو عضه بحد. والطبراني في المعجم الأوسط 269/1، رقم 878.

2- على مشرف المنتدى أن يقوم بمسؤوليته الكاملة، وأن يتقي اللـه في الإضافة والحذف لمشاركات الأعضاء، وإن كان المشرف من ذوي العلم الشرعي فالأفضل أن يطرح هو الموضوع بعد أن يختاره، ثم يطلب من الأعضاء المشاركة والتعليق، كما تفعله عدد من المنتديات.

3- عدم الاستعجال في المشاركة والتريث في ذلك، ولا يغتر المسلم بكثرة المشاركين، ولينظر في قصده من المشاركة، فإن كان لله تعالى فبها ونعمت، وإلاّ فعدم المشاركة أولى وأجدى، قال اللـه تعالى:(وَالْكَاظِمِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ وَاللـه يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ) آل عمران: 134، وقد حث عليه الصلاة والسلام على ترك الجدال فقال:(أنا زعيم ببيت في ربض الجنة لمن ترك المراء وإن كان محقاً).([1])

4- الالتزام بأدب الحوار والمناقشة، والتحلي بحسن الخنق، وترك ردود الأفعال الهوجاء.

5- الابتعاد عن المنتديات المشبوهة، والتي تبث الأفكار المنحرفة والعقائد الهدامة، إلا لمن يقوى على الدعوة والرد لاسيما إن كان المنتدى يجمع بين المسلم والكافر أو السني والمبتدع. قال اللـه عز وجل:(وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ)(العنكبوت: 46، وقال عبد اللـه بن المبارك كما في سير أعلام النبلاء:"وإياك أن تجلس مع صاحب بدعة".([2]) وقال عبد الصمد مردويه سمعت الفضيل يقول:"من أحب صاحب بدعة أحبط اللـه عمله وأخرج نور الإسلام من قلبه لا يرتفع لصاحب بدعة إلى اللـه عمل نظر المؤمن

1- رواه أبو داود، رقم 4800، 253/4، باب في حسن الحلق. والبيهقي في السنن الكبرى،249/10، باب المزاح لا ترد به الشهادة م لم يخرج في المزاح إلى عضه النسب أو عضه بحد. والطبراني في المعجم الأوسط 269/1، رقم 878.
2- سير أعلام النبلاء:عبد بن محمد بن أحمد عثمان الذهبي، تحقيق شعيب الأرناؤط وحسين الأسد، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة 1405هـ 399/8.

إلى المؤمن يجلو القلب ونظر الرجل إلى صاحب بدعة يورث العمى من جلس مع صاحب بدعة لم يعط الحكمة".([1]) وإذا كان المنتدى نسائياً فيحبذ عدم المشاركة فيه من قبل الرجال سداً للذريعة، وللشيطان في مثل هذه الأماكن وجود.

6- توجيه النصيحة المباشرة للمشرفين على المنتدى، وذلك في حالة وجود مخالفات شرعية أو انحراف عن المنهج القويم، فإن لم يستجيبوا وتكرّرت منهم مثل هذه الأمور فينظر للمصلحة والمفسدة من المشاركة أو عدمها.([2])

ويمكن الدعوة من خلال المنتديات ببعض المشاركات الدعوية ومنها:-

1- نشر عنوان موقع إسلامي جديد وما يحتويه من مواد شرعيه وأهم ميزته

2- نشر بعض محتويات موقع إسلامي متميز ومناسب في وقت مناسب، كموقع عن الحج في شهر الحج أو موقع عن الصيام في شهر الصيام.

3- نشر جديد المواقع الإسلامية مع روابط متكاملة للمواضيع الجديدة

4- المشاركة الفعالة عن طريق مقال جيد

5- تشجيع كاتب متميز مقل

6- جمع روابط موضوع معين تمس الحاجة إليها.

7- تذكير الناس بعبادة يحين وقتها قريباً، كصيام عاشوراء والأيام البيض.

8- تذكير الناس بأحكام فقهية يحين وقتها، كالحج وصيام رمضان.

9- تنبيه الناس على بدعه أو منكر، أو خطأ يقع فيه بعض الناس.

1- المصدر السابق 435/8.

2-الدعوة إلى الله عبر الشبكة العنكبوتية:خالد بن عبد الله البشر (http://www.deen.ws/ daoh/ 112.htm). طرق لخدمة الإسلام عبر الإنترنت، مصدر سابق.

10- تنبيه الناس على منكر معين، والمساعدة الفعلية في محاولة إزالته.

11- تنبيه الناس على خطأ وقع فيه صاحب مقال، في حدود آداب الإسلام في الحوار والنصيحة بالتي هي أحسن

12- وعظ الناس وتذكيرهم بالله عز وجل، والتنويع في كل مرة، ما بين آية وحديث وموعظة وقصة وفلاش دعوي.

13- الدلالة على باب من الخير كمشروع خيري، من جمعية أو مؤسسة خيرية.

14- الدلالة على محتاج إلى خدمة عاجلة، كمحتاج إلى فصيلة دم نادرة مثلاً.

15- إفادة الناس بخبر جديد وبشرى للمسلمين.

16- تفنيد خبر كاذب، أو إشاعة باطلة بالدليل والبرهان.

17-التعاون في مجال الدعوة، ونقاش أفضل الطرق والوسائل في باب معين.

18- نجدة الزوار من محتاجين المساعدة، بالدلالة على موقع. أو مقال ونحو ذلك.

19-إصلاح ذات البين بالحسنى، بين من تحصل بينهم مشاحنات أو مناقشات حادة.([1])

د- غرف الدردشة(البالتوك):

يمكن القول بأن الإيجابيات لهذا البرنامج أبرزها ما يلي:

أولاً: استخدامه كوسيلة من الوسائل الإعلامية الحديثة في إلقاء الدروس والمحاضرات والندوات والفتاوى.

ثانيًا:إيصال العلم الشرعي المستمد من الكتاب والسنة وفهم السلف إلى ديار المسلمين المتباعدة، وإلى ديار الكفر التي يقل فيها العلماء وطلبة العلم، أو المناطق التي ربما

1- مقال بعنوان الدعوة الإسلامية ومواقعها على الإنترنت بين الواقع والطموح. ذياب عبد الكريم، مجلة الفرقان، العدد 261.

يصعب أولا يسمح بنقل الكتب والمصادر إليها، ففي هذا تغلب على تلك الصعوبات، وفيه تيسير التلقي العلمي عوضًا عن حلق العلم المباشرة على الشيوخ حيث لا يمكنهم ذلك، إضافة إلى فائدته للنساء حيث يصعب على كثير منهن متابعة حلقات العلو وحضورهن الدروس.

ثالثاً: تبصير المسلمين بدينهم الحق وترسيخ العقيدة الإسلامية الصحيحة المستمدة من الكتاب والسنة مع التحذير من الفرق المنحرفة بالرد على شبهاتهم التي يطرحونها خلال هذا البرنامج.

رابعًا: يعد هذا البرنامج وسيلة من الوسائل الحديثة الهامة في بيان محاسن الإسلام وعدالته ونشر ذلك بلغاتٍ مختلفةٍ وبلوغ ذلك أقاصي الدنيا وأطرافها.

خامسًا:الرد على مطاعن النصارى وشبهاتهم التي يعرضها المبشرون في كتبهم وفي خلال هذا البرنامج.

سادسًا:الرد على القاديانية، وبيان باطلهم وانحرافهم عن دين الإسلام ووقوعهم في الكفر في ادعائهم صحة النبوة بعد دعوة النبي صلى الله عليه وسلم.

سابعاً:نقل الدروس العلمية والدورات العلمية التي تقام في العطل وغيرها لما فيها من فوائد عدة.

ثامنا:إمكانية طرح عدد من الدروس التي تؤخذ عادة بالتلقي عن الشيوخ كدروس التجويد للقرآن الكريم وتعميم الفائدة في ذلك.

تاسعًا:إمكانية إقامة غرف خاصة للأخوات من النساء يتدارسن فيها كتاب الله وأمور دينهن وأمور النساء من خلال غرف مغلقة لا يدخلها إلا من يردن من النساء من خلال رقم خاص للغرفة تضعه من تريد الدخول.

سلبيات هذا البرنامج:

لا ريب أن الوسائل الحديثة لا يخلو بعضها من أوجه سلبية، منه ما يمكن التغلب عليه ومنه ما لا يمكن، ونعرض أبرز سلبيات برنامج البالتوك مع كيفية التغلب عليها إن وجدت.

أولاً: وجود غرف كثيرة ضمن البالتوك تتنافى مع الآداب والأخلاق والقيم الإسلامية، لذا ينبغي على المسلم ألا يدخل إلا في غرف مخصوصة معلومة الفائدة من خلال سؤاله من يثق بدينه، ولا يجلس يبحث وينقّب فيدخل في الصالح والطالح من هذه الغرف.

ثانيًا:إمكانية دخول بعض الناس ممن قد يسيء الأدب في هذه الغرف، ويمكن لمديري الغرف الجيدة أن يضبطوا ذلك إلى حدٍ كبيرٍ إذا وقع ذلك بمنع من يفعل ذلك من الكتابة أو إخراجه من الغرفة.

ثالثًا:ظهور دعايات غير أخلاقية ضمن البالتوك، ويمكن التغلب على ذلك فيما يتعلق بمديري الغرف وذلك بإيجادهم الغرف عن طريق الاستئجار للغرف من الموقع، وبذلك لا ترد في غرفهم الدعايات ولديهم الخيار في وضع ما يشاءون لأنفسهم، وأما في غير غرفهم فالأمر لا يزال قائمًا في ظهور الإعلانات، ويمكن التغلب على ذلك من خلال اشتراك الشخص في الموقع بعدم إظهار الدعايات الخاصة في البالتوك وهو اشتراك ذو قيمة قليلة باسم له، وبهذا لا تظهر له دعايات إذا دخل بهذا الاسم في جميع الغرف.

رابعًا:وجود التصوير ضمن البالتوك من خلال الكاميرات، وإن كان هذا غير منتشر كثير إلى الآن لكن الإمكانية موجودة وبدأ ظهوره وانتشاره علمًا بأن الأمر فيه

اختياري للمستخدم إن شاء استقبل الصورة مع الحديث وإن شاء بدونها، ويمكن لمديري الغرف منع من يستخدم الكاميرا بإزالتها.([1])

نصائح وتوجيهات:

أولا:ينبغي على المسلم أن يحرص على وقته وعلى الاستفادة منه وأن لا يضيع وقته عبر شبكة (الإنترنت) بما لا طائل تحته ولا ثمرة كبيرة منه.

ثانيًا:يحرص على الدخول في الغرف النافعة المشهود لها بسلامة منهجها وعدم انحرافها وبحصول الفائدة منها.

ثالثًا:اجتناب دخول الغرف المنحرفة لأصحاب الفرق الضالة، إذ حضور ذلك تكثير لسوادهم وإقرار للاستماع لباطلهم، إضافة مع كون البدع والشبهات قد تنقدح في نفوس بعض الناس لقلة علمهم أو ضعفه، فلذا لا ينبغي أن يدخل هذه الغرف ويناقش فيها إلا من كان على بصيرة في دينه وبعقائد الفرق الضالة وأساليبهم.

رابعًا: ينبغي على طلبة العلم والعلماء والأساتذة والمربين المشاركة في هذا البرنامج من خلال الدخول في غرف خاصة ينشؤونها أو غرف معروفة بالاستقامة بدخولهم بأسماء حقيقية لتعم الفائدة ولتحصل الثقة والاطمئنان إليهم وإلى أحاديثهم وإلى إجاباتهم.

خامسًا:ينبغي المحاولة في اختيار الأوقات المناسبة قدر الاستطاعة ليعمَّ النفع والاستفادة من هذه الدروس والأنشطة العلمية.([2])

1-استخدام البالتوك في الدعوة إلى الله عز وجل والبديل المقترح: عاصم بن عبد الله القريوتي، موقع صيد الفوائد على شبكة المعلومات الدولية(www.said.net). الرقابة والبالتوك: عبد اللطيف الكواري، صحيفة الوطن الكويتية،3 ديسمبر 2003م

2- استحدام البالتوك في الدعوة إلى الله عز وجل والبديل المقترح: مصدر السابق.

هـ- الحوار مع الآخرين:

الحوار مع الآخرين من الوسائل التي يتيحها(الإنترنت) وهي خدمة الحوار سواء أكان مباشرًا أو غير مباشر، فالأول: باستخدام برامج (Icq) أو (Micr) أو برنامج(messenger yahoo) ، وهي موجودة في جميع محركات البحث العالمية مثل: (ياهو) و(التافيستا) و(إكسايت) وغيرها ويمكن الرجوع لهذا المثال (Http: //messages, yahoo. (Com/index. Html).. والثاني:الحوار غير المباشر فيتم عن طريق مجموعات الأخبار التي يبلغ عددها أكثر من (20000) ألف مجموعة، وهي تناقش مواضيع شتى بما في ذلك المواضيع الدينية، ويمكن الوصول إلى مجموعات الأخبار بإحدى الطريقتين التاليتين: إما عن طريق كلمة (news) الموجودة في متصفح (اكسبلورر)، أو في متصفح (النتسكيب) وقد تكون موجودة في الصفحة الأولى في محركات البحث العالمية، أما الطريقة الأخرى التي يمكن بواسطتها الوصول إلى مجموعات الأخبار فهي عن طريق موقع(com. (http: //www. Deja، المهم بعد أن تصل إلى هذه المجموعات يمكن التسجيل فيها، وتبدأ الدعوة إلى اللـه تعالى، وسواء استخدم الداعية الحوار المباشر، أو غير المباشر؛ فكلها ستحقق النتيجة المرجوة إن شاء اللـه تعالى، إذا خلصت النية.([1])

و- مقاهي (الإنترنت):

ويمكن لصاحب مقهى (الإنترنت) أن يساهم في نشر الدعوة بين رواد المقهى. وهذه بعض التعليمات التي تساعده في القيام بواجب الدعوة الإسلامية.

1- جعل صفحة البدء تقود إلى أحد المواقع الإسلامية المناسب لجنسيات مرتادي المقهى.مثال للمواقع الإسلامية لدعوة غير المسلمين بجميع اللغات.

1-الدعوة إلى اللـه عبر الشبكة العنكبوتية:خالد بن عبد اللـه البشر، موقع الدين على شبكة المعلومات الدولية(http://www.deen.ws/daoh/112.htm) . كيف تدعو إلى اللـه تعالى عبر الإنترنت؟: موقع السنة الإسلامي:مصدر سابق.

2- إضافة المواقع الإسلامية إلى المفضلة، والأهم من ذلك قم بحذف المواقع غير المناسبة منها وحجبها.

3- تغيير خلفية شاشة الكمبيوتر إلى خلفية دعوية، وتوجد كثيراً منها في موقع منابر الدعوة.

3- تنصيب بعض البرامج الإسلامية المفيدة ومن أمثلتها برنامج المحدث وبرنامج أوقات الصلاة بواجهتين عربي وإنجليزي من موقع المحدث.

4- إنشاء ملفاً على سطح المكتب يحوي مجموعة مميزة من الخطب والتلاوات القرآنية تجدها في موقع طريق الإسلام (www,islamway.net).

5- تسجيل(CD) وضع به بعض البرامج المفيدة مثل (الريل بلاير) وغيرها وأضف معها أيضاً بعض التلاوات والمحاضرات والفلاشات الإسلامية ووزعه لكل مشترك في المقهى.

6- جمع عدة مواقع إسلامية في ورقة، ثمّ تصويرها وتوزيعها مع كل اشترك (إنترنت) ويكتب في أسفلها اسم المحل للدعاية.([1])

7- استقدام العلماء لإلقاء محاضرات وندوات ودروس لتوعية الأفراد والأسر وأولياء الأمور وتوجيههم إلى كيفية الاستخدام الآمن للإنترنت.

8- عقد لقاءات لخطباء المساجد والدعاة لتبصيرهم بأخطار الإنترنت والأسلوب الأمثل لطرح الموضوع في المساجد وفي التجمعات، فقد يؤدي طرح الموضوع بصورة غير مناسبة إلى تفشي الأخطار بين الشباب.

9- التنسيق والتعاون مع مزودي الإنترنت وأصحاب مقاهي الإنترنت وشركات الاتصالات لضمان السلامة في استخدام الإنترنت.

1- الدعوة الإسلامية ومواقعها على الإنترنت بين الواقع والطموح، مصدر سابق

10- متابعة المشاكل الناجمة عن الاستخدام السيئ للإنترنت في المجتمع، ومناقشة كل ما يستجد من مخاطر في هذا المجال.

11- العمل على تصميم بوابات محية للإنترنت "Portals" تحتوي على روابط للمواقع المحلية والعربية الجيدة، وإنشاء مواقع محلية آمنة للصغار وللمراهقين ترتبط بمناهجهم الدراسية وتحتوي على نوع من التسلية والترفيه العفيف.

12- التنسيق والتعاون مع المدارس والجامعات لضمان سلامة الطلاب والطالبات، والحصول على تمويل من الخيرين من أبناء شعبنا للقيام بمشروع شبكة تعليمية محلية كبيرة، وحث الجامعات على فتح حسابات بريد إلكتروني للطلبة.

13- إصدار مجلة شهرية تضم أنشطة اللجنة والأخبار المهمة في مجال استخدام الإنترنت والمواقع الجديدة لتوعية أولياء الأمور والأفراد.

14-التواصل مع أصحاب المواقع المحلية والتعاون والتنسيق معهم في سبيل الحرص على مصلحة الجماهير.

15-إقامة مسابقات بين المواقع والمنتديات الثقافية والتعليمية لتشجيع التنافس على الخير.([1])

ز- تصميم برامج دعوية متخصصة:

يمكن الاستفادة من إمكانيات الحاسبات الآلية في تصميم برامج دعوية متخصصة ونشرها بين الدعاة، فمثلا:برنامج خاصّ بالطلاب، وآخر بالنساء، وثالث بالأطباء،

1-مقال:الحماية من أخطار الإنترنيت: أ. محمد اسحق الريفي، 29 /2005/1م. وقد أرسله لي بالبريد الإلكتروني.

ورابع بالعمال وهكذا، ويشمل البرنامج جملة من التوجيهات الدعوية، وعرضاً لأسماء الكتب والكتيبات والأشرطة المناسبة، وغير ذلك.([1])

ثالثا:الوسائل الكتابية:

1-المطويات:

المطويات هي سهلة العبارة ومختصرة على من لا يقدر على مطالعة الكتب الكبيرة الحجم، ولكن مع الحرص أن تكون هذه المطويات خالية من الاختلافات والتعقيدات، وقبل إعطائها احرص على التشويق لقراءتها. هذا وينبغي الاهتمام بمتابعة سجل الأشرطة والمطويات التي يتم توزيعها تفاديًا للتكرار.

2- المجلة الحائطية:

المجلة الحائطية وسيلة مهمة من وسائل الدعوة، وتكون هذه الوسيلة متيسرة أكثر للدعاة الذين يمارسون مهنة التعليم، ولا بد من الحرص على الإخراج الفني والموضعي الجيد للمجلة:الإطار والمكان المناسب، الخط المتناسق الواضح، الألوان المناسبة، تنويع الأبواب مع التبسيط، وتخصيص باب للمسابقة الرمضانية يخصص لها جوائز قيمة يتم تقديمها خلال أمسية في آخر شهر رمضان أو في أيام العيد.([2])

1- 92 وسيلة دعوية:الشيخ إبراهيم بن عثمان الفارس: ص 24، موقع صيد الفوائد(www.saaid.net)على (الإنترنت).

2- طرق ووسائل الدعوة إلى الله في أماكن العمل:موقع صيد الفوائد على شبكة المعلومات الدولية(www.saaid.net). 121 وسيلة دعوية: إعداد الفريق العلمي لجناح الوسائل المتميزة بوزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، موقع صيد الفوائد على شبكة المعلومات الدولية (www.saaid.net). دليل الفرص والوسائل الدعوية:جمع وإعداد خالد بن محمد الدبيخي، موقع منابر الدعوة بإشراف الشيخ حامد عبد الله العلي على شبكة المعلومات الدولية (www.dawah.ws).

3-كروت التهنئة وكروت دعوية صغيرة الحجم:

ويتمّ تصميم الكروت بإتقان، وتكون جميلة الإخراج، ويكتب فيها عبارات دعوية شيقة بمعاني وتعبيرات سلسة، وهذه تصمّم عند المطابع المختصة بإنتاج كروت التهاني والأفراح، وتكون على شكل مجموعات، فواحدة عن التدخين، وأخرى عن الغناء، وثالثة عن عقيدة الولاء والبراء، ورابعة عن الربا وهكذا، ويحمل الداعية معه مجموعة متنوعة في جيبه، ومن ثم يقدمها كرسالة أنيقة لمن يراه واقعاً في واحدة من المخالفات الشرعية أو لديه جهل بالعقيدة الصحيحة. وأيضا الاهتمام بالمناسبات الدينية كبداية رمضان، وقبيل العيد، مع الحرص على جودتها من حيث الشكل والألوان، والعبارات المكتوبة، وكذلك الحرص على أن تكون موجّهة لأصحابها بصفة شخصيّة، فكروت التهنئة والأفراح تدخل السرور على نفوس الناس وتشعرهم بأهميتهم وأهمية الكروت، ومن آثارها أن يزول ما بين النفوس من جفاءٍ ووحشةٍ، وبها ترق القلوب، وتصفو النفوس، وتزداد المودّة والألفة، ويعمّق الحب، وتوثق الروابط، وبالتالي يكسب أنصاراً جدد للدعوة الإسلامية.([1]) قال القرطبي:"الهدية مندوب إليها، وهي ممّا تورث المودة وتذهب العداوة.وقال:"ومن فضل الهدية مع اتباع السنّة أنها تزيل حزازات النفوس وتكسب المُهدي والمُهدَى إليه رنة في اللقاء والجلوس".([2])

4-الدعوة بالمراسلة:

يمكن الاستفادة من هواة المراسلة عبر المجلات العربية والأجنبية، أو من تذكر أسماؤهم في الإذاعات المختلفة، وكثيرٌ منهم بحاجة ماسة إلى التوجيه والمناصحة، وذلك بأن يقوم الداعية بوضع ملف لكل عنوان، ثم يرسل لصاحبه رسالة أولى رقيقة المشاعر

1- 92 وسيلة دعوية. الشيخ إبراهيم بن عثمان الفارس: ص 14، موقع صيد الفوائد على(www.saaid.net) (الإنترنت). وانظر موقع منابر الدعوة بإشراف الشيخ حامد عبد الله العلي.

2- تفسير القرطبي: 132/13

عذبة الأسلوب، ويضمنها جملة من النشرات الدعوية والكتيبات التربوية، وبعد أن يأتيه الردّ يتبع ذلك برسالة ثانية وثالثة وهكذا، مع أخذ الحذر من ناحية أن المرسل إلية قد يكون أقوى من المرسل، فيعرض للمرسل جملة من الشبهات أو الشهوات التي قد تؤثر فيه.([1])

وبإمكان المرأة الداعية مراسلة الفتيات المسلمات على عناوينهن عن طريق الدعاة المشهورين، أو دور النشر الذين تصلهم يومياً مئات الرسائل من سائر أنحاء الدنيا، ويعجزون عن الرد عليها. أو عن طريق صفحات التعارف في المجلات الهابطة. ويجب أن يقتصر دور الداعية على مراسلة الفتيات من أجل توجيههن والأخذ على أيديهن، وأجمل هدية يمكن أن تقدم عن طريق المراسلة هي:المقال أو الكتيب النافع، والمطوية المفيدة، والشريط المؤثر.([2]).

طريقة المراسلة:

1-استقبال الرسائل بعد الحصول على عنوان الداعية من بعض المجلات الإسلامية أو المواقع الشبكية.

2- إرسال الكتب والأشرطة على مجموعات متفرقة بعد ردهم على رسائل الداعية.

3- استقبال أسئلة شرعية ثمَ إحالتها لأهل العلم ليجيبوا عليها ثمَ إرسالها لأصحابها.([3])

1- 92 وسيلة دعوية: مصدر سابق، ص 13.

2- الدعوة بالمراسلة:عبد الرحمن الريس وعبد الملك القاسم، المرأة والدعوة: الدكتور محمد بن عبد العزيز المسند، موقع صيد الفوائد على شبكة المعلومات الدولية.

3- الدعوة بالمراسلة: مصدر سابق.

5-برامج تربوية وشعارات دعوية:

ويمكن توفير هذه البرامج بالاتفاق مع تجار القرطاسية والمواد المكتبية الذين يستوردونها أو يصنعونها، حيث تتم طباعة برامج تربوية، وشعارات دعوية، أو أقوال مأثورة ومؤثرة على الدفاتر وعلب الألوان، وعلب الهندسة، والأقلام والميداليات، وحافظات أقلام..ونحوها. ومن ثمّ إهداؤها إلى الآخرين، بعد طباعة أسمائهم عليها إن أمكن، ووضعها ضمن مظروف فيه كتيبات وأشرطة وغيرها، ولعل هذا الأسلوب مؤثر فعلاً على الطلاب والطالبات.

ومن ذلك تصميم دليل هاتف جيب، وتعبئة الصفحات الأول منه بمجموعة من الحكم والنصائح والمواعظ، وأمّا بقية الصفحات المرتبة هجائيًا فيوضع في رأس كل صفحة حديثاً شريفاً قليل الكلمات يتضمن موعظة أو حكما شرعيا، أو كتابة بيتاً شعرياً مؤثراً ومفيداً من أشعار الزهد والحكمة والحكم وغيرها، ويكون هناك تناسق في ترتيب الأحرف بين أوائل الأبيات والصفحات.([1])

رابعاً:الوسائل السمعية:

1- توزيع الأشرطة والأقراص:

الشريط الإسلامي أو القرص المدمج في عصر التكنولوجيا سلاح من أمضى أسلحة الدعوة في العصر الحاضر، وقد أثبتت التجارب أنه كم من شاب وشابة كان سبب هدايتهما شريطًا سمعه. لكن احذر أن تعطي لغيرك مادة أنت لا تعلم محتواها، فهذا قد يكون له انعكاسات سلبية خطيرة لا مجال للتحدث عنها هنا.

ويمكن تخصيص بعض فئات المجتمع عند توزيع الأشرطة والكتيبات، أمثال:-

---

1- 92 وسيلة دعوية: مصدر سابق، ص 20

1- سائقو سيارات الأجرة فهؤلاء بحاجة ماسة جداً إلى الملاحظة والمتابعة، لأسباب متعددة لعل من أبرزها:-

- إن كثرة التردد على هذه الطرقات يورث الملل والقلق، لذا تجد أنهم يبحثون عن أي وسيلة مهما كانت تطرد عنهم هذا الملل.

-إن الغالبية العظمى منهم يعيشون تحت مستوى الفقر.

- إن فسادهم له أثر على غيرهم بشكل بيّن، حيث يكونون عوامل مساعدة في نقل وتهريب وبيع وترويج وسائل الدمار المتنوعة.أو إشاعة الغناء، والمواد والبرامج السمعية المفسدة للدين والأخلاق لذا فإن إهداء أحدهم شريطًا أو مجموعة من الأشرطة سيكون له أثر ليس باليسير عليهم، بل إنّهم يفرحون جدًّا بما تقدم إليهم ويطلبون منك المزيد.

2- الاستفادة من تجمعات النساء و لرجال واستغلال العادات والتقاليد الموروثة لدى بعض الأسر واستثمارها في المجال الدعوي، نحو ما ينتشر بين النساء خاصة من قيامهن بزيارة المرأة التي رزقت بمولود، أو المتزوجة حديثًا، أو القادمة من سفر بعيد وغير ذلك، وتقديم هدية المرأة، فحبذا لو ضُمِّنَتْ الهدية المادية مجموعة من الأشرطة، والكتيبات، والنشرات الدعوية وغيرها.([1])

2-الأناشيد:

"لقد دخل النشيد الحلال حياة المسلم في العصر الحديث مستفيدا من الشريط السمعي، وإلى حد ما البصري، وكان ذلك في السنوات العشرين الماضية، ولقد مر بمراحل من التجديد والتطوير خلال السنوات العشرين التي أخذ موقعه فيها كعنصر مهم من عناصر الدعوة ووسائلها، ولا حاجة للاستطراد في مسألة التجديدات والتطويرات

1- 92 وسيلة دعوية:مصدر سابق، ص 20-21.

التي مر بها، ومناسبة حديثي عن هذا الأمر في هذه الفقرة أن نقدم للقارئ فكرة عن متابعتنا لجديد النشيد الحلال واهتمامنا به".([1])

إن النشيد الحلال قد خدم الدعوة إلى الله من عدة وجوه:-

أولا: لقد سدّ النشيد الحلال ثغرة مهمة وفراغاً في حياة الأطفال والفتيان، والشّباب، والكبار من الجنسين حين وجدوا فيه ما يشغل وقتهم، ويحفظ سمعهم عن الحرام.

ثانيا:النشيد الحلال معانيه هادية مهدية، وسامية جميلة، كيف لا وهو الذي اختط لنفسه طريقاً على هدى من الشريعة الإسلامية، ففيه الحثّ على العفة والطهارة، والدعوة إلى الاستقامة على مبادئ الدين الحنيف، والالتزام بأحكامه عقيدة وعبادة وخلقا:من صلاة وصوم وزكاة وحج وجهاد، وأمر بمعروف ونهي عن منكر، وصدق وكرم، وبذل، وحب في الله، وبغض في الله، ونظافة الباطن والظاهر، وحفظ اللسان وذكر الله....الخ.

ثالثا:النشيد الحلال قائم على العربية الفصيحة لغة القرآن، وفي هذا ما فيه من خدمة لكتاب الله تعالى ولدين الله الحنيف بصورة عامة.

رابعا:إنّ اعتماد النشيد لغة القرآن له لغة أكسبه انتشارا بين البلدان والشعوب الإسلامية، ولم تقف في وجه انتشاره بما يحمله من خير أية عقبة، وهنا نتذكر من جملة الفساد والخراب الذي خلفه الغناء المحرم في حياة المسلمين نتذكر ما قام به من عزل للغة القرآن ونشر للعاميات الهدامة المفسدة للعقول والأفهام، والنشيد الحلال قد تخطى هذه العقبة، ومن شأنه أن يسهم في ترابط المسلمين وتوادهم وتراحمهم في كل مكان.

1- النشيد الحلال منحة أهلمناها:الأستاذ علي التمني، شبكة الأحرار على شبكة المعلومات الدولية(الإنترنت).

خامسا: ومن جملة آثاره الطيبة في حياتنا تعلق الطفل منذ نعومته بلغة القرآن فأصبح يردد المعاني الجميلة في قالب لغوي فصيح جميل، وحلول كثير من درر هذه اللغة المقدسة العظيمة في لسان الطفل بدل الكلام النابي والألفاظ العامية، فجاءت أجمل ما تكون لغة وألفاظا ومفردات على لسان الطفولة. إنَّ النشيد النافع المفيد الذي أرق أهل الغناء المحرم، حيث سحب البساط من تحت أقدامهم ونجح في استقطاب الأغلبية من الأطفال والفتيان والشباب في مرحلة سابقة، وحيث نلمح بوادر نجاح هذا المسعى الشيطاني، إلا أنّني مازلت متفائلاً في أن يعود النشيد الحلال إلى سابق قوته وانتشاره إذا توكلنا على الله، وعملنا جميعاً على تهيئة أسباب الانتشار والنجاح له بإذن الله، خاصة وأنّ النّاس متعطشون إليه لعلمهم بقيمته وأهميته في تربية الجيل على معالي الأمور ومفاخر الأمة".([1])

خامساً:إقامة المعارض والندوات:

لا بأس من تنظيم بعض المعارض والندوات أثناء المناسبات الدينية كرمضان، حسب ظروف المكان، والحرص على الانتقاء الأمثل للمواد المعروضة في المعارض، وكذلك تحديد موضوعات مفيدة لمناقشتها أثناء الندوات، واستضافة من لهم القدرة على اجتذاب الناس. إن المعارض تطبيق عملي لعموم مسؤولية الدعوة، وتحطيمٌ للنظرة الشائعة الخاطئة، وهي قصر الدعوة على منسوبي قطاعات الدعوة الرسمية، أو خريجي الكليات الشرعية أو -على الأقل- من لا يطوق رأسه بعقال. إن المعرض يجب أن يحفل بوسائل متنوعة وطرائق مبتكرة للدعوة تدلل على أن هناك من يعيش والدعوة همه، فينوع الطرق، ويتفنن في الوصول إلى قلوب الناس ومد ظل الهداية إليهم، وكان من المفيد وضع مسابقات في ابتكار طرق، ووسائل جديدة تستضاف في المعرض القادم، إذ

1- المصدر السابق.

من غير المناسب أن يعاد المعرض بعد ذلك بذات المناشط المعروضة هذه المرة، وما دامت حياة الناس في تغير.([1])

سادساً:المؤسسات الاجتماعية والخيرية:

ومن وسائل الدعوة المعاصرة تأسيس الجمعيات والمؤسسات الاحتماعية والخيرية والمساهمة فيها، ومد يد العون للمحتاجين مادياً أو معنوياً، من منطلق مبدأ التكافل الاجتماعي للوصول إلى من لا يمكن الوصول إليهم إلا من خلال العمل الصالح، وإسداء المعروف. وقد قال الله تعالى:(وَتَعَاوَنُواْ عَلَى الْبرِّ وَالتَّقْوَى وَلاَ تَعَاوَنُواْ عَلَى الإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ) المائدة:2. وقال جل شأنه:(لاَّ خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّن نَّجْوَاهُمْ إِلاَّ مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلاَحٍ بَيْنَ النَّاسِ وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتَغَاء مَرْضَاتِ الله فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا) النساء: 114. فالعمل الاجتماعي جزء من العمل الدعوي؛ لأنَّ الناس تختلف مواهبهم، وقدراتهم وإمكنياتهم؛ لذا نجد كثيراً منهم قادراً على العمل الاجتماعي، في حين يعجزون عن العمل الفكري، فيعمل كل حسب استعداده. ولكن يجب أن يتمّ هذا وفق منهاج مدروس ومعلوم، ومحيط بالظروف البيئية، والزمانية، والمادية والنفسية؛ لأنّ ما يصلح في بلد قد لا يصلح في غيرها لظروف وملابسات خاصة.

إنّ الإحسان إلى الناس وتقديم البر لهم والخدمة، لقد كان صلى الله عليه وسلم كما حكت عنه زوجه: يكرم الضيف، ويعين على نوائب الحق، وكان يشفع للناس، ويحسن حتى إلى الحيوان، فعندما رأى جملاً قد احدودب ظهره زرفت عينا الجمل إذ رأى في قلبه الرحمة والإحسان فيأتي إليه صلى الله عليه وسلم فيسأل:"أين صاحب هذا

1- وسائل الدعوة توقيفية..تلفظ أنفاسها:عبد الوهاب بن ناصر الطريري، صحيفة الوطن، العدد (644) السنة الثانية- الجمعة 24 ربيع الآخر 1423هـ الموافق 5 يوليو 2002م. موات الأعلوطات: د.عبد الوهاب بن ناصر الطريري، موقع الإسلام اليوم على شبكة المعلومات الدولية(www.slamtoday.net) 2002/7/6 م.

الجمل؟" فيقول:أنا،فيقول: "اتق اللـه؛ فإنه شكى إلي أنك تجيعه وتتعبـه".(1) إن النبـي صـلى اللـه عليـه وسلم يرسم لنا الأسوة والقدوة في أن نحسن إلى النـاس، وأن نسعى إلى تبنـي قـضاياهم وهـو مـن قبلـه، فهاهو يوسف عليه السلام يقول له أصحابه(نَبِّئْنَا بِتَأْوِيلِهِ إِنَّا نَرَاكَ مِنَ الْمُحْسِنِينَ) يوسف:36. فقد رأيا فيـه الإحسان إليهما، فالإحسان باب من أبواب الخير، وطريق للتعـرف عـلى النـاس فيعـرف النـاس بـأن هـؤلاء صادقون وأنهم مخلصون.(2)

سابعا:القافلة الدعوية:

القافلة الدعوية عبارة عن سيارة صغيرة تحمل طابعاً متميزاً في شكلها ومضمونها، حيث تقوم القافلة بزيارة أماكن تجمَع الناس في المراكز، والأندية، والأسـواق التجاريـة، أي الوصـول إلى كثـير مـن فئات المجتمع التي تظهر حاجتهم إلى الاستفادة من الـبرامج الدعويـة، حيـث تتوقـف القافلـة حيـث تجمعات الناس، ومن ثم يتحدث الدعاة مع الناس، ويطرحـون علـيهم الأسـئلة الثقافيـة والمـسابقات المتنوعة ذات الطابع الدعوي، ويقدمون لهم الهدايا والجوائز الفورية القيمة.([3]) إن الوصول إلى عامة الناس حيث يوجدون، ومن ثم إشاعة الخير بينهم ودعوتهم للإسلام بالكلمة الطيبة والسلوك الحـسن يعني قوة التأثير فيهم بطريق غير مباشر. وقد قال الإمام حسن البنا للدعاة إلى اللـه:"سيروا في القرى

1- رواه ابن أبي شيبة في مصنفه:رقم 31753، 321/6.

2-الدعاة الصامتون:موقع صيد الفوائد عـلى 92 وسـيلة دعويـة: الـشيخ إبـراهيم بـن عـثمان الفـارس موقـع صـيد الفوائـد على(www.saaid.net) (الإنترنت) ، وانظر موقع منابر الدعوة على(الإنترنت) بإشراف الشيخ حامد عبد اللـه العلي.

3 انظر موقع قافلة الخير على شبكة المعلومات الدولية(http://www.islamic-ef.org/arabic).

وطرقت الأرياف مـرة في اليـابس ومـرة في الطـين، وخـالطوا هـذا الـشعب المـؤمن، وعنـدها يفـتح اللــه عليكم".[1]

ثامناً:إنشاء مركز بحثي متكامل لخدمة الدعوة الإسلامية باستخدام الحاسوب:

تظهر في هذا العصر أهمية إنشاء مركز بحثي متخصص في مجال الـدعوة الإسـلامية، يعنـى بجمـع جهود عمل الباحثين المتخصصين والمتميزين، ومن ثم الاستفادة من تطبيقات الحاسوب في خدمـة الـدعوة. وهذا المركز البحثي-في حالة إنشاؤه-سيكون فريداً من نوعه، وسيحظى القائمون عليـه بـشرف عظـيم، إنّـه شرف حمل الدعوة الإسلامية إلى كافة البشر، والأجر العظيم الذي يتحقق من هذا العمل، قال رسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم: (فواللـه لأن يهدي اللـه بك رجلا خير لك من أن يكون لك حمر النعم).[2]

ويمكن أن يقوم بإنشاء هذا المركز إحدى الجامعات أو المؤسسات العلمية الإسلامية، ويشرف عليـه جمع من الباحثين المتميزين، وعدد مـن العلـماء الـشرعيين، وأسـاتذة التربيـة، بالإضـافة إلى مجموعـة مـن المتخصـصين في علـوم برمجيـات الحاسـوب، عـلى أن تتـوفر لهـم المـوارد الماليـة والعلميـة والبحثيـة التـي تساعدهم في الإنشاء والاستمرار.

وأبرز أهداف المركز البحثي المقترح ما يلي:

أ-دعم جهود الأبحاث الأساسية التي تهدف لفهم عملية تكوّن العقيدة في الإنسان، والعوامل التـي تؤثر عليها، ووضع النظريات العلمية المتعلقة بهذه العملية.

---

1 - معالم أساسية لانطلاقة الداعية:موقع إخوان أون لاين، (http://www.ikhwanonline.net)، 2004/01/05م.

2- رواه البخاري، 2847، 1096/3 باب فضل من أسلم عـلى يديـه رجـل. 3498، 1357/3، بـاب مناقـب عـلي بـن أبي طالـب القرشي الهاشمي أبي الحسن رضي اللـه عنه وقال النبي صلى اللـه عليه وسلم لعلي أنت مني وأنا منك وقال عمر تـوفي رسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم وهو عنه رض.

ب-تجميع الجهود العلمية والبحثية السابقة، والنتاج المعرفي الذي سبق إنتاجه في مجال الدعوة بمختلف اللغات، والذي يزداد ويتراكم مع مرور الزمن.

ج-تطوير البرمجيات الحاسوبية، وقواعد المعلومات التي تتيح للمستخدمين الوصول إلى الكم المعرفي المتعلق بالإسلام، من خلال مختلف الوسائل المعلوماتية-وعلى الأخص من خلال شبكة (الإنترنت).

د-إنشاء موقع على (الإنترنت) للدعوة للإسلام، وتوفير هذا الموقع للمستخدمين بمختلف اللغات الحية:العربية، والإنجليزية،والفرنسية، والألمانية،والأسبانية، وغيرها.

هـ- دعم الجهود البحثية التي تهدف لتطويع التقنيات المعلوماتية في خدمة الدعوة الإسلامية.

و-عمل البحوث الميدانية التي تهدف لقياس فعالية البرامج الحاسوبية وقواعد البيانات الإسلامية كوسائل للدعوة للإسلام.

ز- متابعة مستخدمي قواعد معلومات المركز عبر شبكة (الإنترنت) والتحاوب مع تساؤلاتهم واستفساراتهم من مختلف البلدان وبمختلف اللغات.[1]

1- مقترح إنشاء مركز خدمة الإسلام بواسطة الحاسوب والإنترنت:

الفصل السابع

أبعاد العولمة وتأثيرات التدفق الإعلامى على الدول النامية

الفصل السابع

أبعاد العولمة وتأثيرات التدفق الإعلامي على الدول النامية

إن الدافع الذي دعا لكتابة هذه الورقة هو الإحساس العميق بالظلم الذي يقع على دول العالم النامي بسبب التدفق الإعلامي وسريان المعلومات غير المتوازن من الدول الصناعية الكبرى تجاه الدول النامية، والتي تقع دولنا في دائرتها، وهي الدول الإسلامية والعربية والإفريقية. وهي مشكلة لا تكمن في الاختلال الناجم عن هذا التدفق فحسب، وإنما في احتكار تلك المعلومات أيضاً، مما أدى إلى تضرر الدول النامية بسبب حجب كثير من المعلومات النافعة والتي يمكن أن تخدم قضية التنمية البشرية والاجتماعية والاقتصادية باعتبارها معلومات سرية، كالطاقة النووية والذرية وإن كانت تستخدم لأغراض سلمية.

قبل ذلك تناولت الورقة موضوعاً ذا علاقة وثيقة بالتدفق الإعلامي وهو موضوع العولمة وأبعادها، خاصةً البعد الثقافي والإعلامي، باعتبار أن موضوع العولمة موضوعاً شائكاً، له تعريفات متباينة، وحوله رؤى متعددة.

هناك ثمة حاجة للربط بين موضوع العولمة والتدفق الإعلامي مادام هناك تداول للمعلومات، خاصة وأن هذا التداول يرتبط بطبيعة الحال بمراكز قوى ومصالح اقتصادية وسياسية وأمنية... الخ. ومهما اختلفت التفسيرات والرؤى حول موضوع العولمة إلا أن الجميع يتفق على أن مفاهيم العولمة لايمكن سريانها بين أقطاب العالم المختلفة إلا عن طريق حركة معلوماتية عارمة.

العولمة وأبعادها

تعريف العـولمة:

من الصعوبة بمكان الاتفاق على تعريف جامع مانع للعولمة، وذلك لكثرة الرؤى حولها، والتي تتأثر باتجاهات الباحثين ومواقفهم منهـا. ولـكي نـضع لمفهـوم العولمـة إطـاراً عامـاً، نـستعرض بعـض التعـاريف والأقوال التي تناولها الباحثون:

■ **العولمة** ترجمة للمصطلح الإنجليزي Globalization وهي تعني إكساب الشيء طابع العالمية.[1]

■ **العولمة** مشروع حضاري غربي متكامل البنيات، أوجده التلاقي بين التطلعـات والحاجـات الغربيـة من جانب، والإمكانات الماديـة الهائلـة التـي أوجـدتها الطفـرات الكبـيرة في تقنيـات الاتـصال والمعلومـات والصناعات المتقدمة من جانب آخر.[2]

■ **العولمة** كما يراها الكثير من المفكرين والكتاب هي سيطرة وغلبة ثقافة من الثقافات على جميع الثقافات في العالم.[3]

■ **وهناك** من فرّق بين العالمية والعولمة، فقال إن (العالمية تفتُّح على العالم، وعلى الثقافات الأخرى، واحتفـاظ بـالخلاف الآيـدولوجي، أمـا العولمـة فهـي نفـي الآخـر، وإحـلال للاخـتراق الثقـافي محـل الـصراع الآيدولوجي).[4]

يقصد الغرب بمصطلح العولمة Global أو Universal أن الغرب قد حقق أهدافاً عاليـة في مجـال التكنولوجيا والكمبيـوتر، فتطـور خـلال الـسنوات الأخـيرة تطـوراً هـائلاً في حقـل الاتـصالات، والمعلومـات، والإنترنت، وحقق الكثير من الإنجازات. أما المنظـور الأمـريكي للعولمـة فإنـه يجمـع بـين أمـور التكنولوجيـا والاقتصاد والسياسة والسلوك والقيم والأخلاق، أي لا يريد أن يسـيطر على الجوانب الماديـة فحـسب، إنمـا يتعدى ذلك إلى القيم الاجتماعية للشعوب.[5]

ونرى ثمة فرقاً بين العالمية والعولمة، **فالعالمية** تفتح الخصوصية، وترتقي بها إلى ما هو عالمي وكوني، أي أنها تعتبر قاسماً مشتركاً، تنفذ من خلاله رؤية تعبر عن وجهة نظر تستوعب جميع الثقافات والتكتلات والآراء، في إطار التساوي في التعايش بين بني الإنسان. أما **العولمة** فهي تعبِّر عن وحهة نظر خاصة تريد أن تبسط سيطرتها على الرؤى الأخرى على المستوى الإقليمي أو العالمي.

ويجب أن تفهم العولمة في سياق التطور السياسي للإنسانية، ولا ينبغي تعميمها على المستقبل، إذ لم تكن حقيقةً في الماضي، وكما رأى الناس انهيار الماركسية بأم أعينهم، بعد أن روج لها دعاتها واعتبروها أنموذجاً فكرياً يحمل حل المشكلات الاقتصادية والسياسية في العالم، فإن العولمة تأخذ دورها كأحد حلقات ذلك التطور[6] فكلما تغيرت المعطيات في النظام العالمي ظهر تطور جديد.

تقوم العولمة أساساً على تحرير التجارة الدولية، وفتح الأسواق أمام البضائع الواردة من الخارج، وهذه القضية تشكل عقبة أمام البلدان النامية، فيتعرض اقتصادها للمخاطر، وتضعف مكاسبها المحتملة، إذ تتعرض لمنافسة الدول الصناعية، وهي منافسة غير متكافئة، وهذا الواقع يجعل الغني يزداد غنىً والفقير يزداد فقراً، خاصةً وأن القوانين التي تحكم مسار العولمة غالباً ما تتحيز للدول الغنية.

تتمتع السلع في البلدان الغنية بتخفيضات جمركية أكبر من السلع المستوردة من بلدان نامية، 45% بالمقارنة مع 20% إلى 25%، في حين أن البلدان النامية تواجه الآن كمجموعة تعريفات جمركية أعلى بنسبة 10% عن المتوسط العالمي، فإن أقل البلدان نمواً تواجه تعريفات جمركية أعلى بنسبة 30% لأن التعريفات الجمركية لا تزال عالية على السلع ذات الإمكانات الكبيرة بالنسبة لأفقر البلدان، مثل المنسوجات والجلود والسلع الأساسية الزراعية[7].

ولكن العولمة لا تقف عند المفهوم الاقتصادي فحسب وإنما تتعدد أشكالها وصيغها، وتتفاوت تطبيقاتها، وتتشعب تفسيراتها وأبعادها، فبالإضافة للبعد الاقتصادي فهناك أبعاد أخرى لا تقل عنه أهمية، كالبعد السياسي، والثقافي، والإعلامي.

أبعاد العولمة:

لتغلغل العولمة، وتشعبها في شتى مناحي الحياة، نتطرق هنا باختصار إلى أبعادها الاقتصادية، والسياسية، والثقافية. وذلك لارتباطها جميعاً بالبعد الاتصالي والإعلامي ـ الذي سنتناوله بتفصيلٍ أكثر ـ إذ أن هذه الأبعاد الثلاثة تتخذ من الإعلام والاتصالات الحديثة ـ وعلى رأسها القنوات الفضائية التلفزيونية ـ وسيلة أساسية لتجد طريقها إلى التغلغل والتطبيق.

أولاً: البعد الاقتصادي:

وهو البعد الأكثر بروزاً في أبعاد العولمة، إذ أن مفهوم العولمة قد كرسته اتفاقية اقتصادية هي الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفات General Agreement for Trade and Tariffs التي عرفت اختصاراً بالجات GATT.

لقد بدأت مفاوضات تحرير التجارة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية، وإنشاء منظمة الأمم المتحدة، وطال أمد هذه المفاوضات نظراً لتضارب المصالح، واختلاف وجهات النظر، فلما تعثرت، رُؤِيَ عقد تفاقية مؤقتة لحين الانتهاء من المفاوضات، واستمرت المفاوضات على مدى نصف قرن إلى أن تم التوصل إلى صيغة وُقِّع عليها في المغرب عام 1993م، وقد شارك فيها مندوبو جميع دول العالم بما في ذلك الدول الإسلامية ودول العالم الثالث.[8]

وبناءً على هذه الاتفاقية، يتم إلغاء الرسوم الجمركية، وغيرها من القيود ليصبح العالم سوقاً واحدة، ومن ثم يتسنى للشركات أن تقيم المصانع، وغيرها من الأنشطة

التجارية في أيِّ مكانٍ شاءت من العالم، كما يمكن تحويل ملكية الدولة للقطاع الخاص، في إطار ما يسمى بـ (الخصخصة)، وتحرير أسواق المال والأوراق المالية من أيِّ قيود.

ومن ثم فإن هذه الاتفاقية تتيح للدول الغنية ـ وهي صاحبة رأس المال ـ أن تسيطر على الدول الفقيرة من خلال شركاتها العاملة هناك.

ثانياً: البعد السياسي:

إن الحماية الاقتصادية التي تجدها الشركات الأجنبية داخل الدول، تنعكس على النظام السياسي لهذه الدول، إذ تؤدي إلى تقليص دور الدولة وتراجعه أمام تلك الشركات، التي تتحرك بدعم ومساندة القوانين الدولية، ومن ثم تتدخل الدول الأجنبية لحماية شركاتها، فتظهر انعكاسات ذلك على الأوضاع السياسية عامةً في الدولة، ويكون ذلك أكثر وضوحاً في الدول النامية، حيث يتم الحديث عن الديمقراطية، والحريات العامة، وحرية الإعلام. ويتبعه الحديث عن قوانين الدولة، وأنظمتها تجاه الأقليات، وحقوق الإنسان، والإرهاب، وغير ذلك مما يسفر عن الأهداف والأبعاد السياسية جرّاء الاتفاقيات الاقتصادية.

ثالثاً: البعد الثقافي:

من أهداف العولمة في المجال الثقافي، أن يسير البشر على النمط الغربي، ووفق تقليده وسلوكه، ويبدو ذلك أكثر وضوحاً في أنشطة المؤسسات الغربية في الدول النامية، وعلى سبيل المثال ما تقوم به هيئة المعونة الأمريكية، والمعونة الأسترالية، وسيدا كندا وهي تتبع للحكومة الكندية، ودانيدا الدنمارك، وفنيدا فلندا، ونورادا النرويج، وسيدا السويد، وغيرها. والمؤسسات المذكورة توفر التمويل للجمعيات الأهلية النسائية في دول العالم الثالث، مستغلةً ندرة مواردها. ومما يشير إلى الاتجاه الاستغلالي لهذه المؤسسات، أن تمويلها قاصر على الدول الفقيرة، كمصر، والمغرب، وتونس، والجزائر، والسودان،

وموريتانيا. ولإضفاء الهدف الثقافي لمؤسسات التمويل، فإنها لا تغيب عن النشاط الثقافي لهـذه الجمعيـات، بل تنفذ للمشاركة في الأنشطة المختلفة كالمؤتمرات، والمعارض، والمحاضرات.[9]

ومن الأنشطة التي تعتبر مظهراً من مظاهر السيطرة الثقافية أيضاً، مؤتمرات المرأة العالمية، كمؤتمر بكين الذي انعقد في عام 1995م، والذي خرج بوثيقة مشهورة تدعو إلى:[10]

{1} إلغاء التحفظات التي تستند إلى أساس ديني أو حضاري.

{2} اعتبار أن الأسرة والأمومة والزواج من أسباب قهر المرأة، وأن حق الإنجاب حق مكفول للأفـراد والمتزوجين على حدٍ سواء.

وقد خاطبت الوثيقة مؤسسات التمويل الدولية مثل صندوق النقد الدولي، والبنك الـدولي لـضمان تطبيقها.

ومن انعكاسات العولمة على الجانب الثقافي ما بدا واضحاً في مؤتمرات الأمم المتحدة، كمؤتمر الأمـم المتحدة للسكان الذي انعقد في القـاهرة عـام 1992م، ومـؤتمر حقـوق الإنـسان الـذي انعقـد في فينـا عـام 1993م، والتي كشفت عن تغليب معايير الثقافة الغربية.[11]

ويبدو واضحاً أن ما تخرج به مثل تلك المؤتمرات من مقررات، ومـا تقـوم بـه مؤسـسات التمويـل الغربية من أنشطة ينم عن انعكاس حقيقي لمفهوم العولمة في بعدها الثقافي.

البعد الإعلامي للعولمة وآثارها في القنوات الفضائية العربية:

يعد الإعلام في حد ذاته بعداً للعولمة، كما يعتبر أيضاً آلية من الآليات التي لا يمكن الاستغناء عنها في تنفيذ الأبعاد الأخرى للعولمة، (وإن مـن القـوى الرئيـسة التـي تعتمـد

عليها العولمة، عالمية الاتصالات التي تترتب على تطور تقنيات الأقمار الصناعية).[12] ومن هنا يبرز دور القنوات الفضائية التلفزيونية ـ بصفةٍ خاصة ـ في ترسيخ العولمة.

ومقصود العولمة الذي يطفو إلى السطح، هو إزالة الحواجز والحدود بين الثقافات وحركة الاقتصاد والمجتمع وإتاحتها للجميع على طول العالم وعرضه. وهذا أمر مقبول من حيث النظرة العامة. لكن السؤال المطروح هو: هل ستكون هناك عدالة في إتاحة تلك القضايا للجميع ؟ وبإمكانيات متساوية ؟ وأجهزة اتصال متكافئة ؟

لا شك أن العالم الثالث هو الذي سيخرج خاسراً من هذه المنافسة، وذلك لضعف إمكانياته وقدراته الاتصالية.

وفي الواقع أن العولمة هي الآلة التي يريد بها الغرب طمس قسمات الشعوب، وتشكيلها حسب رؤيته، ويريد أن يسير العالم وفق مفاهيمه تجاه قضايا الاقتصاد، والثقافة، والسياسة، والأمن، والسلام، وحقوق الإنسان، والحرية ... الخ. ولكن من المعروف أن لكل أمة مفاهيم، ورؤى، واتجاهات تقيس عليها تلك القضايا.

من هنا تجد وسائل الاتصال العربية ـ والقنوات الفضائية على وجه الخصوص ـ نفسها أمام تحدٍ كبير، وهو تأثير تيارات العولمة المتعددة، والمتشعبة، والمتداخلة. والتي لا تعترف ـ في الواقع ـ بأيِّ ثقافة غير الثقافة الغربية، ذلك وأن (بعض الكتاب الأمريكيين يحاولون الإيحاء بأن ثقافات البلاد الأخرى هي ثقافات تقليدية غير ملائمة، لأنها إما ثقافات نخبة أو صفوة، أو ثقافات مكبلة بالقيود، أو هي ثقفات ذات توجهات دينية).[13]

التدفق الدولي للمعلومات

إن ظاهرة التدفق الإعلامي الحر Free Flow of Information بدأت تأخذ مكانها دولياً خلال الحرب العالمية الثانية، وهو الوقت الذي برزت فيه الولايات المتحدة الأمريكية كقوة مؤثرة في العالم، وقد انعكست تلك القوة على ما تم إبرامه من معاهدات

بين الدول أثناء وبعد الحرب، مما أدى إلى صبغ تلك المعاهدات بالصبغة الغربية. ومن مركز القوة هذا استطاعت الولايات المتحدة الأمريكية أن تفرض نظامها الحر لتدفق المعلومات، ليصبح أساساً لتدفق المعلومات على المستوى الدولي، وفي عام 1946م أصدرت الأمم المتحدة الإعلان الخاص بحرية تدفق المعلومات Declaration on Freedom of Information.[14]

تدفق المعلومات آحادي الاتجاه:

في ظل طموح الدول الغربية عامةً، والولايات المتحدة الأمريكية على وجه الخصوص، ورغبتها في بث ثقافتها وآيدولوجيتها ومراميها الاقتصادية، وفي ظل امتلاكها للآلة الإعلامية الحديثة، وتقنياتها المساعدة المتمثلة في الأقمار الاصطناعية وغيرها، ومن ثم ظهور القنوات الفضائية التلفزيونية، فإن كل هذه المعطيات جعلت المعلومات تسير في اتجاهٍ واحد، من الشمال إلى الجنوب، ومن الغرب إلى الشرق، أي من الدول الغنية تجاه الدول النامية. ومن ثم فإن إعلان حرية تدفق المعلومات قد صار آحادي الاتجاه.

(وقد أكدت اليونسكو UNESCO أن المعلومات تتدفق في اتجاهٍ واحد، وذلك في تقريرها الذي جاء فيه [إننا نعتقد أن ما يعرف باسم التدفق الحر للإعلام هو في حقيقة الأمر تدفق في اتجاهٍ واحد، وليس تبادلاً حقيقياً للمعلومات]).[15]

وتتعرض الدول العربية كغيرها من دول العالم الثالث إلى ذلك التدفق آحادي الاتجاه، خاصةً وأن للدول الغنية طموحات في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا والجزيرة العربية تملي عليها لأن يسير هذا التدفق صوب المنطقة على وجه الخصوص.

الاختلال في تدفق المعلومات:

إنه رغم هذا التدفق الهائل للمعلومات، هناك عدم توازن في انسيابها، ليس بين الدول الغنية من جهة والدول النامية من جهةٍ أخرى فحسب، إنما أيضاً بين الدول ذات

الأفكار والآيدولوجيات، مثل ما حدث بين الدول الرأسمالية والاشتراكية. وهناك اختلال بين الدول النامية نفسها، حسب التفاوت بينها في القوة والمصالح والسياسات.

كذلك هناك اختلال كمي بين الدول النامية في المواد الإعلامية، كالاختلال بين الأنباء السياسية من جهة، والأنباء الاجتماعية والثقافية والاقتصادية من جهةٍ أخرى، حيث يظهر طغيان الأنباء السياسية على غيرها.

كما أن هناك اختلال نوعي بين ما يطلق عليه الأنباء السارة والأنباء السيئة، إذ تغطي أنباء الدول الغنية الإنجازات والابتكارات ومظاهر التطور والتقدم، بينما تظهر أنباء الدول النامية من بوابة الأزمات، أو ما يسمى بأخبار الأزمـات Crisis News، كالحروب والانقلابات والمجاعات والفيضانات والزلازل ... الخ.

أما عن تدفق المعلومات على نطاق الدول العربية، فهناك إمكانية لتدفق المعلومات بينها بشكلٍ متوازن، فمن المفترض أن يشكل انتشار القنوات الفضائية فيها أرضاً خصبة تحول دون أن يكون ذلك التدفق مخلاً، لأن القرب الجغرافي بين هذه الدول، والصلات الثقافية والدينية بينها، واللغة، وحجم السكان، كلها عوامل تؤهل لعدم الاختلال في تدفق المعلومات.

لكن عدم الاستقرار السياسي، والتبعية الإعلامية، والسياسية، والثقافية، والاقتصادية للغرب ـ في معظم الدول العربية ـ تجعل ذلك التوازن أمراً صعب المنال.

احتكار المعلومات:

توفر القنوات التلفزيونية التي تبث عبر الأقمار الاصطناعية الكثير من المعلومات التي تخدم التنمية، وتسهم في ترقية المجتمعات، وتفتح للإنسان آفاق المعرفة والتطور في شتى مناحي الحياة، ولا ريب في أن أي دولة نامية بحاجة إلى المعلومات التي تساعدها على التخطيط لبرامجها التنموية، واكتشاف ما تحويه أرضها من إمكانات اقتصادية مختلفة.

لكن هذه المعلومات تبقى حكراً لدى الدول الغنية، حيث تتعامل معها كسلعة لا يمكن إتاحتها إلا للشركات التابعة لتك الدول، والتي تقوم بدورها للبحث عن استثمارات في الدول النامية بناءً على تلك المعلومات، التي ربما تريد الدولة المتعلقة بها كتمانها لظروفها الخاصة، أو ربما لا تكون على علمٍ بها أصلاً، ومن ثم ينوب الضرر البلدان النامية من خلال العقود التي تبرم معها من قبل تلك الشركات.[16]

لقد أصبح تعبير (العلم السري) تعبيراً عادياً في قاموس الدول الغربية، يستخدم هذا التعبير ليبرر استثناء بعض مجالات البحث العلمي من قانون حرية المعلومات باعتبار أن البوح به قد يضر بالمصالح الأمنية والاقتصادية.[17]

ولم يقتصر احتكار المعلومات على تلك المعلومات التي يُبرر احتكارها على أنها تتعلق بالمصالح الأمنية والاقتصادية فحسب، بل انعكس ذلك على الأخبار وغيرها من المعلومات.

خاصةً وأن وكالات الأنباء العالمية وهي آسوشيتد برس Associated Press ويونايتد برس إنترناشونال United Press International الأمريكيتين، ورويترز Reuters الإنجليزية، ووكالة الصحافة الفرنسية France Press Agency تسيطر على 80% من المعلومات المتداولة دولياً، و90% من كمية الأخبار المتداولة على مسرح الأحداث العالمية.[18] وذلك رغم انتشار العديد من وكالات الأنباء الوطنية حول العالم.

والمأمول من القنوات الفضائية العربية الإفادة من كلا النوعين من المعلومات ـ الاقتصادية والإخبارية ـ والعمل في ظل هذا التدفق الكثيف للنهوض بشعوب الدول العربية من خلال برامج تنموية وثقافية.

مظاهر التدفق الإعلامي الغربي في البلاد العربية:

انتشر البث المباشر عبر القنوات الفضائية بصورة متسارعة، فاقت كل التوقعات، في ظل تكالب الدول لجني فوائده الدعائية والترويجية، ورخص أسعار أجهزة الاستقبال والهوائيات التي أصبحت في متناول الغني والفقير.

وقد بادرت الدول الغربية ـ وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية ـ إلى دعم هذا البث، استناداً إلى مبادئ حرية الإنسان وحصوله على المعلومات التي يريد.[19]

وهذه الدول دعمت هذا التوجه في ظل تفوقها التقني في مجال الاتصالات، إذ أن البث المباشر يحمل أقوى أنواع الدعاية الثقافية والاقتصادية التي تريد بثها إلى بقية بلدان العالم.

وعلى نطاق العالم العربي، لم يكن البث المباشر هو المظهر الوحيد للتدفق الإعلامي في البلاد العربية، لكن هناك العديد من المظاهر الأخرى التي كرست سيطرة الإعلام الغربي على هذه الدول، ومن تلك المظاهر يجدر بنا ذكر ما يلي[20]: ـ

(1) تحكم عدد من وكالات الأنباء في النظام الإعلامي الدولي:

وعلى رأس هذه الوكالات وكالات الأنباء الدولية، وذلك لما لها من وسائل تكنولوجية، وكوادر بشرية، وقدرة على جمع المعلومات وتوزيع الأنباء عبر العالم بلغات متعددة. ولكلٍ من هذه الوكالات مكاتب في أكثر من مائة دولة، وتستخدم آلاف الموظفين، وتعمل على مدار الساعة، وتوزع خدماتها للوكالات المحلية، ولمحطات التلفزيون والإذاعة على طول العالم وعرضه، ومن ثم فإن الدول العربية تعتمد في استقاء أنبائها بشكل أساسي على هذه الوكالات، (في الوقت الذي أثبتت فيه الأبحاث العلمية تحيز هذه الوكالات ضد الدول العربية ودول العالم الثالث عموماً).[21] يتم هذا في غياب وكالات أنباء تمتلك شبكة مراسلين خاصة بها في الدول العربية، إذ تعتمد بشكل أساسي على الاشتراك في وكالات الأنباء العالمية. وهذا يؤكد القول بأن (جميع دول العالم الثالث تتلقى 80% من الأنباء العالمية من لندن وباريس ونيويورك).[22]

استطاعت هذه الوكالات الصمود، ومجاراة التقنية الجديدة في مجال الاتصال الفضائي عبر الأقمار الاصطناعية، وعدلت من أساليبها، وإنتاجها، فتمكنت من الاستمرار في سيطرتها على حركة المعلومات في العالم، على الرغم من ظهور وكالات أنباء تلفزيونية ـ تهتم بالخبر المصور ـ في ظل التقنية الجديدة.

ولا تقف مظاهر التدفق الإعلامي الغربي على حجم هذا التدفق فحسب، بل على نوعه أيضاً، ذلك أن الكثير من الأحداث الإيجابية التي تقع في العالم العربي يشوبها التشويه والتحريف، بل وغض الطرف عنها أحياناً، بينما هناك تركيز وتفخيم للأحداث السلبية كالكوارث والأزمات والحوادث.

(2) سيطرة المصادر الإخبارية المصورة على الأخبار العربية:

للأخبار المصورة أسلوبها الدقيق في التعبير، لذلك تميزت بقيمة إعلامية ربما تفوق الكلمة أحياناً. ولما كانت الدول العربية مثار اهتمام الغرب، فقد سعت الدول الغربية لبسط نفوذها الإعلامي على المنطقة العربية، ومن ثم وجهت الكثير من هذه الدول شبكات وقنوات كبرى لتحكم سيطرتها على الأخبار المصورة في وسائل الإعلام العربية بشكلٍ خاص، وعليه فقد أصبحت الدول العربية تتلقى إرسال الشبكة الكابلية الإخبارية Cable News Network المعروفة اختصاراً بـ CNN، ومن حسن طالع هذه الشبكة أن بدأ إرسالها إلى المنطقة العربية مع بداية حرب الخليج الثانية، بعد اجتياح العراق للكويت، مما جعلها تحقق أرباحاً خلال الأزمة في تجارة المعلومات بلغت 134 مليون دولار. كذلك تتلقى معظم الدول العربية الناطقة بالفرنسية إرسال القناة الفرنسية الدولية CFI.

(3) الأقمار الاصطناعية:

استخدمت الدول الغربية الأقمار الاصطناعية في بث المواد الإعلامية إلى المنطقة العربية، ومن أمثلة ذلك ما قامت به فرنسا، حيث استخدمت تلك الأقمار في التبادل البرامجي مع الأردن لأول مرة على نطاق الدول العربية، وبموجب ذلك أصبحت تصل الأردن حقيبة إخبارية منتظمة من هيئة الإذاعة الفرنسية. كما اتفقت دول الخليج والتلفزيون الفرنسي على بث يومي عبر قمر المحيط الهندي.

ولما دخلت الدول العربية مجال استخدام الأقمار الاصطناعية، كان هذا الاستخدام لاستقبال الأخبار من الخارج وليس للتبادل الإخباري.

الفصل الثامن

التحديات التي تواجه الثقافة العربية عائق في وجه الانتماء العربي

الفصل الثامن

التحديات التي تواجه الثقافة العربية عائق في وجه الانتماء العربي

الثقافة العربية بين التطور والمستقبل

يمثل الشباب ثروة الأمة وكنزها الثمين فهو طليعة التغيير المنشود، كما أن هذه الثروة المهمة إما أن تستثمر بشكل سليم نحو التطوير والبناء، أو أن تهدر من خلال سوء استثمارها مما يؤدي بها إلى الضياع أو الفساد، من هنا أدركت الشعوب قديما وحديثا أهمية هذه الثروة، لكن بقيت عاجزة تجاهها في طريقة توظيفها وترشيد استثمارها.

يواجه الشباب اليوم تحديات عديدة منها: الثقافية، والاجتماعية، والسياسية، والفكرية، والاقتصادية، والعلمية، أمام انتشار ثقافة الترف والاستهلاك وعشق المظاهر...، من خلال جسور وقنوات مفتوحة ومحدوديتها في مواجهة هذا التحدي بعد أن أصبحت تتجه نحو تهميش وإلغاء المحتوى الثقافي وإقصاء القيم الإنسانية العامة، وسيادة كل أشكال التمييع الثقافي في الفضاءات الخارجية وفي الكليات والمدارس، مما أعطى ضعف فهم، تدخل مباشرة في كل بيت وغرفة ومكتب وفي كل زمان ومكان، إلى جانب قصور العملية التعليمية وضحالة وعي بمجريات الحياة الإنسانية بشكل عام وبالتغيرات الوطنية بشكل خاص.

فما هو مفهوم الثقافة وماهي اهتمامات الشباب الثقافية وماهي التحديات الثقافية التي تواجههم في ضوء المتغيرات العالمية المعاصرة، وكيف نجعل من الشباب شركاء في مواجهة كل التحديات.

إن التأمل العميق في مسلسل الهزيمة الذي أصاب المجال العربي والإسلامي في العصور السالفة، يجعلنا نكتشف أن الجمود الثقافي أو الأزمة الفكرية التي استفحلت في جسد الأمة وأصابته بالعطب والعقم، من الأسباب الرئيسة التي أدت إلى لكثير من الإخفاقات والنكبات. فلم تكن تنقص الأمة قيم ومبادئ، لأن القيم والمبادئ التي صنعت تلك الحقبة التاريخية لأمتنا هي ذاتها القيم والمبادئ المتوفرة لدينا حاليا.ولكن الفرق أو الذي تغير، هو الإنسان الذي عجز بفعل ثقافته اللامسؤولة وفكره التبريري، أن يتعامل تعاملاً حسناً وفعالاً مع تلك القيم والمبادئ.

وقد تكلمت في البداية عن الثقافة ومفهومها والدلالات التي تشير إليها , ثم تكلمت عن الثقافة العربية والحالة التي توجد عليها ألان وذكرت الأربع دعائم التي ذكرها المفكر مالك بن نبي التي تقوم عليها الثقافة العربية , وإشارات إلى دور الثقافة في المجتمع العربي وماتمثلة من قيمة لة ,وتابعت حديثي عن الأسباب العامة التي أدت إلى ضعف في الثقافة العربية من هجرة الشباب ووسائل الأعلام ,وأكملت حديثي عن هوايتنا الثقافية والحضارية التي نعتز بها ونعمل جاهدين على تطويرها لنلحق بالركب العالمي الحديث والقضاء على المعوقات التي تقف إمامها , وذكرت أهم المقومات الجلي التي تتمتع بها ثقافتنا العربية.

ثم ختمت حديثي ببعض المقترحات والملخصات والتوصيات لنحو ثقافة عربية جديدة تتغلب على التحديات إلى تواجها.

الأهداف:

1- مفهوم الثقافة ودورها في المجتمع العربي.

2- أسباب الضعف الثقافي داخل الوطن العربي.

1: مفهوم الثقافة[1]

تعد الثقافة في شموليتها المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته، وهي حسب تعريف المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم والذي يشير إلى أنها "تشتمل على جميع السمات المميزة للأمة من مادية وروحية وفكرية وفنية ووجدانية، وتشمل جميع المعارف والقيم والالتزمات الأخلاقية المستقرة فيها، وطرائق التفكير والإبداع الجمالي والفني والمعرفي والتقني، وسبل السلوك والتصرف والتعبير، وطراز الحياة، كما وتشمل تطلعات الإنسان للمثل العلنا ومحاولاته في إعادة النظر في منجزاته، والبحث الدائم عن مدلولات جديدة لحياته وقيمه ومستقبله وإبداع كل ما يتفوق به على ذاته" كما تعرف أيضا بأنها "شبكة من المعاني والرموز والإشارات التي نسجها الإنسان لنفسه لإعطاء الغاية والمعنى لنفسه وجماعته والعالم والكون من حوله" وهي أيضا" منظومة متكاملة، تضم النتاج التراكمي لمجمل موجات الإبداع والابتكار التي تتناقلها أجيال الشعب الواحد، وتشمل بذلك كل مجالات الإبداع في الفنون والآداب والعقائد والاقتصاد والعلاقات الإنسانية، وترسم الهوية المادية والروحية للأمة لتحديد خصائصها وقيمها وصورتها الحضارية، وتطلعاتها المستقبلية ومكانتها بين بقية الأمم، انطلاقا من هذه التعاريف وغيرها تكون الثقافة إرث تاريخي يحمل معه الطابع الخاص بكل أمة، غير قابل لأي شكل من أشكال العولمة، إذ أن محاولة عولمة أي ثقافة تعني في الحقيقة السعي إلى بسط هيمنتها على الثقافات الأخرى، إما بطمسها أو إلغائها في عدد من المجالات.

---

1 - أراء وأحاديث في العلم والأخلاق والثقافة ص133 .... ابن خلدون ساطع الحصري

2: الثقافة العربية [1]

في إطار المنظور الرحب الواسع، يمكن أن نقول، إن الثقافة العربية، ثقافةُ القوة والبأس، لا ثقافة الضعف والبؤس. والقوةُ تؤدّي إلى النظام والانسجام والتناغم، في حين أن الضعف يتسبّب في الفوضى والصراع والتصادم. ومن ثمّة كانت الثقافة العربية، ثقافةَ الحوار والتفاهم والتواصل، ولم تكن قط لتنأى عن التلاقح والتمازج والتداخل. في حين كانت جميع الثقافات التي تنتسب إلى الأمم والشعوب القديمة، تنزع نحو الانعزال والانغلاق، وتصطبغ بصبغة العرقية والعنصرية، ولم تكن على الإجمال، ثقافةً متفتّحة، قابلةً للأخذ والعطاء.

إن الثقافة قوّة فاعلة من قوى البناء الحضاري في مدلوله الشامل، الفلسفي والأدبي، السياسي والاجتماعي، الاقتصادي والتنموي. والثقافة طاقةٌ للإبداع في شتّى حقول النشاط الإنساني، ثم إن الثقافة البانية الهادفة الفاعلة، لابد وأن تكون في خدمة السياسات التي تتجه نحو ترقية وجدان الإنسان، وتهذيب روحه، وصقل مواهبه، وتوظيف طاقاته وملكاته في البناء والتعمير، والتي تعمل من أجل تحقيق الرقيّ والتقدّم والرخاء والازدهار.

ولا يتأتّى للثقافة أن تمتلك القوة والمناعة، وتنهض بهذه المسؤولية على الوجه المرغوب فيه، إلاّ إذا توفّرت لها ثلاثة شروط تعتبر من مصادر القوة في الثقافة العربية، ومن أسس النهضة الثقافية، ومن العناصر الأساس لبنية الثقافة العربية:

أولاً: أن تكون الثقافة ذات مرتكزات تستند إليها ومبادئ تقوم عليها، فلا تكون ثقافة منبتّة الجذور، لا هوية لها تُعرف بها، ولا خصائص لديها تميّزها.

---

1 - الثقافة العربية والثقافات الأخرى - د/ عبد العزيز بن عثمان - المدير العام للمنظمة العربية الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة

ثانياً: أن تكون الثقافة ذات أفق مفتوح ورؤية شاملة، لها قابليـةٌ للتفاعـل مـع الثقافـات الأخـرى، ولها استعدادٌ كامنٌ في أصولها للتعامل مع الثقافات الإنسانية من هذه المنطلقات.

ثالثاً: أن تكـون الثقافـة ذات منحـى إنـساني تتخطّـى بـه المجـال المحـلّي أو الإقليمـي، إلى الآفـاق العالمية، من دون أن ينال ذلك من خصوصيتها، أو يؤثر في طبيعتهـا، فتكـون بـذلك ثقافـة تَوَاصُـل بـشري، وتَحاوُرٍ إنساني، وثقافة تفاهم يؤدّي إلى التعايش بين الأمم، وثقافة تعاونٍ يحقق التضامن بين الشعوب.

بتوافر هذه الشروط، لا تكتسب الثقافة العربية القوةَ والمناعة فحسب، ولكنهـا تكتـسب إلى ذلـك القدرةَ على السموّ والرقيّ، لأن الثقافة القوية القادرة على البناء، هي تلك الثقافة التي تسمو بالإنـسان إلى المقام الأرفع والمكانة الأسمى. وكما يقول الرئيس علي عزت بيجوفيتش, فـإن حامـل الثقافـة هـو الإنسان، وحامل الحضارة هو المجتمع، ومعنى الثقافة، القوةُ الذاتية، أما الحضارة فهي قوةٌ على الطبيعة عن طريق العلم. إن الثقافة تميل إلى التقليل من احتياجات الإنـسان، أو الحـد مـن درجـة إشـباعها، وبهـذه الطريقـة تُوسّع في آفاق الحرية الداخلية للإنسان. وتلك هي القوة الروحية والنفسية والعقيـة التـي تمكّـن الإنـسان أن يمارس وظائفه في الحياة على النحو الذي يرضي خالقه أولاً، ثم يرضي نفسه بعد ذلك.

إن إبراز هذه السمات والخصائص التـي تنفـرد بهـا الثقافـة العربيـة، أمـرٌ نـراه ضروريـاً في سـياق الحديث عن الثقافة العربية والثقافات الأخرى، سواء أكان القصدُ من هذا الموضوع هو المقارنةَ التي تعنى بيان أوجه الأشباه والنظائر، وكشف نواحي الالتقاء والافتراق، أم رسمَ حدود العلاقة التي يفـترض أن تقـوم بين الثقافة العربية، وبين الثقافات الأخرى.

وفي كلتا الحالتين، فإن المنطلقات الأساس في البحث عن مصادر قوّة الثقافة العربية، وعن خصائصها، ووظائفها، ورسالتها وأهدافها، ومظاهرها، تستند إلى ثلاثة أسس:

الأساس الأول: إن الثقافة العربية في مبادئها وأصولها، وفي مفاهيمها ودلالاتها، تعبّر عن جوهر رسالة الإسلام السمحة، فهي بذلك ثقافةٌ إنسانية بالمعنى العميق، تنفتح على ثقافات الأمم والشعوب، فتتلاقح وتتمازج وتتصاهر معها، وإن مصدر ثرائها وقوتها ومناعتها يكمن في هذه الخاصية التي لا يعرف التاريخُ الثقافيُّ البشري نظيراً لها.

ولقد حدّد المفكّر مالك بن نبي أربع دعائم تقوم عليها الثقافة العربية، هي:

أ) الدستور الأخلاقي.

ب) الذوق الجمالي.

ج) المنطق العملي.

د) الصناعة أو (التقنية).

والثقافة التي يعرّفها الغربيّون بصورة عامة بأنها (فلسفة الإنسان)، يحدّها مالك بن نبي بالقول إنها مجموعة من الصفات الخلقية والقيم لاجتماعية التي يلقاها الفرد منذ ولادته كرأسمالٍ أوّلي في الوسط الذي ولد فيه. أي أنها المحيط الذي يشكّل فيه الفردُ طباعه وشخصيته. وعلى هذا الأساس تكون الثقافة (نظرية في السلوك) أكثر من أن تكون (نظرية في المعرفة). وفي هذا التحديد يكمن الفرق بين الثقافة والعلم، فالثقافة سلوك، أما العلم فمعرفة. والثقافة بهذا المعنى وثيقة الصّلة بالتاريخ وبالتربية، فليس ثمّة تاريخ لأمة بلا ثقافة، والشعب الذي فقد ثقافته قد فقد حتماً تاريخه، إذ هي الوسط الذي تتكوّن فيه خصائص المجتمع التاريخية من عبقرية وتقاليد وأذواق ومشاعر. والثقافة من ناحية ثانية، تنحدر بمضمونها التربوي من حيث إنها دستور تتطلبه الحياة العامة بجميع ما فيها من ضروب التفكير والتنوّع الاجتماعي.

الأساس الثاني: إن الثقافة العربية، في عمقها وجوهرها، ثقافةُ تَدَافُعٍ، لا ثقافةُ تَصَارُعٍ، فالتدافع هو سنةُ الحياة، أما التصارع، أو الصراع، فهو مفهومٌ يعود إلى التراث الإغريقي والروماني الذي عرف أساطير صراع الآلهة، ولا يعبّر عن الطبيعة البشرية والفطرة الإنسانية. وهذا أيضاً منبع من منابع القوة والحيوية والقدرة على الحضور في ساحة التنافس الثقافي، لأن التدافع الثقافي مصدرُ قوّة، في حين أن التصارع، أو الصراع الثقافي، يؤدّي إلى إضعاف ألذات، والنيل من القدرات والملكات، ويسير في اتجاه معاكس للغايات الإنسانية النبيلة.

وليس عزوف الثقافة العربية الإسلامية عن الصراع، ضعفاً في تركيبتها أو خللاً في عناصرها الأساس، ولكنه عنصرُ تحضّرٍ فيها، وعلامة نضج ووعي، ومظهرُ صحة. ومن المؤكد أن خاصية النزوع نحو التدافع بدلاً عن التصارع، هي التي مكّنت الثقافة العربية من الصمود أمام الأعاصير الثقافية والفكرية والمذهبية التي واجهتها عبر العصور.

الأساس الثالث: إن كثيراً من جوانب الثقافة العربية، في أوضاعها ومستوياتها الحالية، مع شديد الأسف والأسى، لا تعبّر عن هُوية المجتمع العربي، لأنها جوانب يعتريها الضعف من كل النواحي، ولأن هناك تفاوتاً ظاهراً بين المنابع وبين البدائع، ونقصد بذلك أن أساس هذه الجوانب ليس مستمداً في مجمله من امنابع الأصلية، وأن هذه الظاهرة هي مصدرُ الضعف العام في الثقافة العربية الإسلامية في المرحلة التاريخية الراهنة.

إن الثقافة العربية هي ثقافة اجتهاد وإبداع مستمرين في إطار الضوابط الشرعية والقيم الخلقية، وتعبّر عن هوية الأمة. لذلك فإن عطاء هذه الثقافة، عطاءٌ متجدّد بتجدّد الأحوال واختلاف القضايا والأفعال.

ولا ينبغي أن نخدع أنفسنا فنحسب أن الثقافة هي إبداعٌ وابتكارٌ في المقام الأول، وأن قوّة الإبداع تنبع من عقل الإنسان المثقف المبدع ومن خياله ووجدانه، وأن لا صلة لذلك كلّه بالقيم والمقوّمات. إن هذا وَهْمٌ من جملة الأوهام التي تسود حياتنا العقلية

وأجواءنا الثقافية. إن الثقافة العربية لن تقوى على مواجهة الأخطار التي تتهدّدها والتحدّيات التي تواجهها، إلاّ إذا استمدت قوّتها من جذورها وأصولها، ومن قيم الأمة ومقوّماتها. وليس في ذلك أي نوع من الحجر على الإبداع، أو القيد على التفكير والتعبير

3: الثقافة ودورها في المجتمع[1]

تؤدي الثقافة دوراً كبيراً في حياة الإنسان، فهي متنفسه الوحيد في كل وقت وحين، خاصة في أوقات الأزمات والشدائد، فالكثير من الأعمال الأدبية والفكرية إنما هي نتاج ظروف وأزمات مر بها أصحابها، ومن ثم أصبحت فيما بعد أعمالاً خالدة.

يعاني عالمنا اليوم من تناقضات وصرا عات جعلته يعيش فراغاً ثقافياً واضحاً اخترق وتسرب إلى جميع مناحي الحياة مما أدى إلى انهيار دور الثقافة المحلية الوطنية أمام ثقافة العولمة، أي ثقافة التسلية والمرح، وهي ثقافة استهلاكية في عمومها، محاولة بطرق وأساليب شتى الضغط ومحاصرة الثقافات الوطنية وتهميش دورها من خلال إشاعة ثقافة تغييب الوعي للساحة الفكرية.

لا يمكن لنا أن نتحدث عن الثقافة وأهميتها لدى الشعوب بشكل عام والشباب بشكل خاص، دون ربطها بالتربية ارتباطاً وثيقاً يجعل كلاً منهما تابعاً ومستقلاً في آن واحد، فالثقافة وعاء التعليم بدءاً من الأهداف ثم المناهج ووسائل وأساليب التعليم، وصولاً إلى عملية التقويم لنتاج العملية التعليمية، والثقافة والتعليم وجهان لعملة واحدة، فعملية التعليم كوسيلة تساعد الفرد على استقبال ثقافته وفهمها واستيعاب مضامينها الفكرية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والمعرفية، متخذة شكلاً من التآلف، والانسجام على مستوى الفرد والمجتمع، كما أن الثقافة أعم وأشمل من التعليم

---

1 - نحو ثقافة مغايرة ص 135 ....جابر عصفور

أو حتى المعرفة والأفكار، وأوثق صلة بالإنسان، فهي تكوّن في مجموعها جميع الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته وحتى سنين متأخرة من حياته حتى يصبح تأثيرها في علاقة الفرد مع الوسط الاجتماعي الذي ولد فيه.

4: أسباب الضعف الثقافي في العالم العربي[1]

أ: هجرة الشباب العربي:

ترجع ظاهرة هجرة الشباب العربي إلى عوامل عديدة منها: النمو الديموغرافي السريع الذي يشهده العالم العربي من جانب والركود الاقتصادي، وسوء الأوضاع الاجتماعية والسياسية من جانب آخر، إضافة إلى نقص الإمكانيات، وتخلف النظام التعليمي وعدم مواكبته لمتطلبات سوق العمل حتى أصبحت الأعداد الهائلة من خريجي الجامعات في عداد صفوف العاطلين عن العمل.

ب: وسائل الإعلام:

التحدي الإعلامي يعد من أكثر التحديات خطورة على الشباب، حيث تكمن خطورة هذا التحدي في ما يتعرض له المتلقي للبرامج المختلفة وهم فئة الشباب الذين لم تكتمل لديهم بعد المقومات المهارية والمعرفية لتحليل وانتقاء الفكر والثقافة والموارد الإخبارية التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري المرئي والمسموع وما يحمل المضمون الثقافي من رموز تؤثر في العملية الثقافية والتعليمية.

وللأسف فإن وسائل إعلامنا العربية، وخاصة القنوات الفضائية، لا تزال تغزو البيوت ببرامج سيئة تعتمد على هز الأرداف والأكتاف، وإغراق المشاهد بالإعلانات، أو بالبرامج والأفلام المستوردة أو المقلدة، فضلا عن برامج التسلية والمسابقات واستهلاك الوقت، والتي لا هم لها سوى استدراج المشاهد للمزيد من الاستهلاك عبر الإعلانات

---

1 - نحو ثقافة مغايرة ص 121 .... مرجع سابق

التجارية أو تسطيح مستواه الأخلاقي والفكري، لتكون بذلك شريكة في هذا الغزو بشكل أو بآخر.

ج: غياب الديمقراطية الحقيقية في المجتمعات العربية:

ومن العوامل المهمة التي أحدثت هذه التحولات في صفوف الشباب هو ما يحدث من تغيرات سياسية، وديمقراطية من جانب، وهيمنة الأنظمة الاستبدادية الحاكمة وما أحدثته من فقدان الثقة والتمزق من جانب آخر، فقد لعبت دورا بارزا في تشتيت عقلية الشباب العربي والقضاء على هويته الثقافية الإسلامية بعدم قدرتها على مساعدة الشباب في اكتشاف قدراتهم واهتماماتهم إضافة إلى أنها عملت الوسع لتوفير فضاءات التفسخ الخلقي، لتكون الملاذ لقضاء أوقات الفراغ ونسيان هموم الدراسة والشغل...

5- هويتنا الثقافية والحضارية[1]

لكل أمة ثقافتها تعتز بها وتحاول جاهدة لتطويرها بما يتناسب مع التطورات المتسارعة في عالمنا المشبع بمختلف الثقافات والأمة العربية كباقي الأمم لها ثقافتها العريقة بالإضافة إلى عناصر تكوينها.

ونحن الآن لسنا بصدد هذه العناصر وإنما نتحول إلى ثقافة وجودنا كأمة تعيش مع باقي الأمم لها كيانها

ووجودها إضافة إلى صقلها بما يتناسب مع بقية الثقافات التي تعيش في كوكبنا هذا.

وثقافتنا العربية تعنى بالمستقبل وتسعى جاهدة لوضع خطط تستجلي أهداف الثقافة وطرق نشرها ونموها داخل الوطن العربي وخارجه.

---

1 - ندوة "الثقافة العربية والثقافات الأخرى" في إطار المهرجان الوطني للتراث والثقافة في المملكة العربية السعودية، الذي عقد في الرياض في الفترة ما بين 4 و 19 مارس 1998م.

وتلعب المؤتمرات والندوات واللقاءات دوراً هاماً من خلال الفكر والثقافة والاتحادات العربية والأدباء والكتاب , لدعم التعاون الثقافي بين أقطار الأمة الواحدة وتوفير الشروط لعودة الوحدة الثقافية العربية في إطار عمل عربي مشترك باتجاهاته الرئيسية التي تعتمد على:

ا- نشر اللغة العربية وكتابتها داخل الوطن العربي وخارجه.

ب- إحياء التراث العربي الفكري والفني والمحافظة عليه والتعريف بالثقافة العربية الإسلامية

ج- رعاية الفنون وتنسيق جهود العاملين فيها وتبادل خبراتهم وتسخير جميع وسائل الإعلام المختلفة لنشرها.

د- التأكيد على ضرورة إسهام الثقافة العربية في بناء نظام ثقافي عالمي جديد لتكون الثقافة سلاحاً للتحرر الشامل والتغيير الاجتماعي في الوطن العربي.

إن الثقافة العربية كانت دائماً في عصور ازدهارها منفتحة على الثقافات العالمية أخذاً وعطاء

وهي الآن في مراحل نهضتها تنفتح على مختلف الحضارات الأخرى لتفيد وتستفيد , مستغلة الفرص المتاحة لتقديم الوجه الحضاري الإنساني إلى العالم في صورة صحيحة واقعية صادقة بغية التفاعل الإيجابي مع مختلف الثقافات الأخرى([1]).

التأكيد على إن الهوية الثقافية العربية تتمتع بمقومات جلي أهمها(2):

ا- الثابت والمتغير في الثقافة العربية.

---

1 - اقتباس من موقع ارض الحضارات – د / محمد هشام النعسان – www.landcivi.com .

2 - الثقافة والمجتمع ص432............... ا.د. سمير إبراهيم حسن

ب- الثقافة وتغير القيم في الوطن العربي.

ج الأهمية الخاصة لدور اللغة العربية في إثبات الهوية التي تحتلها إسرائيل

وثقافتنا العربية أداة تحرر وطني وانعتاق من التبعية وأداة تقديم اجتماعي في تعاملها مع ثقافات العالم , وتصميم الأمة العربية في القضاء على جميع آثار الاستلاب الثقافي والغزو الفكري الظاهر والمستتر.

ويتمثل هذا الاستلاب الثقافي في فرض مظاهر الاغتراب اللغوي والفكري والثقافي, ومحاولة إغراق المجتمع العربي بمواد مناهضة للقيم الثقافية الصحيحة والعمل على تزييف التاريخ العربي والإسلامي وتغيير البناء الاجتماعي والعبث بالممتلكات الثقافية (اجتياح العراق) مؤخراً وانتهاك المقدسات الدينية (العراق وفلسطين).

وهذا ما يدفعنا إلى وضع سياسة ثقافية أهم دعامة للوحدة , والوعاء الصحيح لثقافة أمتنا الأصيلة ,وشجب ما تقوم به سلطات الاحتلال الصهيوني في فلسطين مع العدوان على الثقافة العربية والتأكيد والحرص على الثقافة العربية في المناطق العربية المحتلة بمختلف الوسائل لتأدية رسالتها القومية والإنسانية مستندة إلى جذور الأمة العربية وتراثها بالإضافة إلى استيعاب تيارات العصر مدركة آفاقه منفتحة على بقية الحضارات من خلال إبراز الشخصية المتكاملة للإنسان العربي وتهيئته للوعي بتراثه وانتمائه لأمته وقيمها الأصيلة , وصقل فكره ووجدانه ليكون قوة فعالة في التقدم الحضاري لوطنه.

إضافة إلى إبراز الهوية الحضارية العربية والإسلامية والمحافظة عليها بوصف الثقافة مستودع الأصالة , ورفض التبعية والاستلاب والتشويه وإغناء شخصية المواطن العربي وتأكيد وعيه بحريته وكرامته وقدرته على مواكبة التطور الإنساني المعاصر والمشاركة فيه.

الأهداف الكبرى التي تستند بدورها على أسس متلازمة ومتكاملة ومن هذه الأسس.

أ- حق الإنسان العربي في الثقافة أي في اكتسابها الكامل وفي حرية التعبير عنها والتمتع بها , فالإنسان هو غاية كل تخطيط تنموي والحرية شرط من شروط الإنسانية.

ب- مسؤولية الدولة في توفير جميع الوسائل للتفتح الثقافي الحر.

ج- ديموقراطية الثقافة أي المشاركة الجماهيرية الواسعة في مجالي إنتاج الثقافة والإفادة منها باعتبار أن الثقافة للجميع.

د- قومية الثقافة بمعنى أن الثقافة العربية واحدة موحدة.

و- التراث الحضاري الإسلامي ركن أساسي في تكوين الثقافة العربية ونبع أصيل فيها عقيدة وقيماً وتشريعاً وهو الذي يميزها عن غيرها من الحضارات الإنسانية , فالعروبة والإسلام متلازمان متكاملان.

ه- استيعاب تيارات العصر ومواكبة تحولاته عربياً وعالمياً في التحديث والإنتاج مع الحفاظ على الأصالة والهوية الحضارية العربية والقيم الفكرية والروحية للأمة.

ق- عالمية الثقافة بمعنى أن تتفاعل مع الثقافات الأخرى وتشارك المشاركة الإيجابية المتفتحة أخذاً وعطاء في تقدم الحضارة الإنسانية.

نحو ثقافة عربية جديدة[1].

كل النهضات الإنسانية المعروفة تاريخيا غيرت من نظرة الإنسان إلى نفسة والى مجتمعة والى العالم من حولة , سواء تحدثنا عن النهضة الإسلامية (وهى التجربة النهضوية الناجحة الوحيدة في تاريخنا) ابتداء من ظهور الدين الاسلامى , أو النهضة الأوربية أو النهضة اليابانية , ابتدأت هذه النهضات بثورة غيرت من العلاقة الذهنية (الثقافية) بين الكائن والمحيط الذي يعيش ويعمل فية فكانت النهضة وكان الإبداع وكان الفعل

---

1 - الثقافة العربية أمام تحديات التغير ص77 ...... تركي الحمد

الحضاري. كثيرون قد يطرحون أسبابا عديدة للنهضات والنكسات , منها الاقتصادي والاجتماعي والسياسي ونحو ذلك , ولكنني اعتقد إن نقطة البدء هي الثقافة وما يحددها من عقل وتحددة إذ إن كافة الأمور الأخرى من سياسة أو اقتصاد أو اجتماع إنما تخضع ف نهاية المطاف إلى التصور الذاتي لها وإدراكها وبالتالي سلوكها تجاهها ومن ثم يتحدد مدى النجاح من الفشل بناء على هذا السلوك.

حيث إن علاقة العرب بثقافتهم([1])، هي علاقة سالبة ساكنة خامدة خاملة، كما أن النظام الثقافي العربي، في الوقت ذاته، هو في الغالب نظام "أناني"، منغلق، ومغرور، فهو لا يرى سوى نفسه، وهو يؤمن بأنه "نظام مكتمل" ولا يستسلم للمساءلة، أو الحوار، أو النقد الحر. وهو غير قادر على اكتشاف نقاط ضعفه، هذا في حال أنه أعطى لنفسه، من الأساس، الحق في الاعتقاد باحتمال انطوائه على نقاط ضعف. كما أن أقل ما يوصف به هذا النظام أنه نظام "مستبد" فهو يضع نفسه فوق الناس، فهو أبو الحكمة وهو جدها، وليس مطلوباً، أو بالأحرى ليس متاحاً، أن يفكر أحد، أو يحاول أن يناقش ذلك النظام، أو ينتقده، أو يطعن فيه. والعصر الذي نعيشه اليوم تخصيصاً لا ينسجم مع هذا النسق في التفكير، أو في الخطاب، أو في النظر إلى الأشياء، بل هو يقترح أنساقاً أخرى تستند إلى نسبية العلم والمعرفة، وهذا ما يقتضي احترام التعدد والاختلاف، وبناء وجهات نظر متطورة متغيرة، وهي، بالتالي وبالضرورة، ليست حدية أو قطعية. فكل شيء قابل للتطور والتغير والتبدل، وعلى الإنسان أن يتحكم في العلم، وفي العصر نفسه، بما يفيده ويصلح حاله وحال الآخرين.

5: المقترحات.

بناءا على ما سبق ورغبة للحد من هذه العوائق نقترح إجراءات عملية:

---

1 - أزمة الثقافة العربية ......د فهد العرابي الحارثي (باحث سعودي) مركز اسبار للدراسات والبحوث والأعلام.

ـ أن يتم توجيه الشباب تلاميذ وطلبة إلى مطالعة الكتب الثقافية وذلك من خلال إقامة معارض دائمة للكتب داخل الثانويان والحرم الجامعي وإجراء مسابقات ثقافية لأفضل ملخص كتاب ثقافي أو علمي وفي مختلف الموضوعان الثقافية.

ـ عقد لقاءات وندوات ثقافية تجمع بين طلبة الجامعات بمختلف تخصصتهم ويتم فيها مناقشة الموضوعانت في أبعادها ومحاورها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والصحية والتربوية...

ـ تخصيص أماكن في الثانويات والكليات لتنصيب المجلات الثقافية الحائطية التي يعرض فيها الشباب أحدث ما قرأ من مقالات.

ـ تشجيع الشباب إلى ارتياد المكتبة والقراءة فيها فهي أحد أوعية المعلومات الأساسية والمهمة في حياة الباحثين والمتخصصين وهي أيضاً ملتقى ثقافي وفكري تلبي طلب القراء من مختلف التخصصات العلمية والثقافية.

ـ توجيه الشباب وتوعيتهم بأهمية الثقافة في أبعادها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وأثر الكل على حياة الفرد والمجتمع، وذلك من خلال عقد ندوات ولقاءات مع رجال الفكر والسياسة والاقتصاد.

ـ تشجيع الطلبة على إعداد بحوث تهتم بالقضايا الوطنية الملحة، وتقديم كل المساعدات لنجاح هذه العملية.

ـ الحد من جميع مظاهر التفسخ الثقافي والأخلاقي التي تستهدف عموم الشباب، وتنظيم الأنشطة الثقافية الهادفة.

ـ وأخيرا، لابد لوسائل الإعلام من إعداد برامج تلبي اهتمامات الشباب ورغباتهم وطموحاتهم وكذلك تعرفهم على التحديات التي تواجه المجتمع وأن يشارك الشباب الجامعي في إعدادها وتقديمها.

الفصل التاسع

الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض

الفصل التاسع

الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض

الثقافة هي المعبر الحقيقي عما وصلت إليه البشرية من تقدم فكري، فمن خلالها يتم رسم المفاهيم والتصورات كما يتم رسم القيم والسلوك.

وقد ارتبطت الثقافة بالوجود الإنساني ارتباطاً متلازماً تطور مع الحياة الإنسانية وفقاً لما يقدمه الإنسان من إبداع وإنتاج في شتى المجالات، فالثقافة هي "المنظومة المعقدة والمتشابكة التي تتضمن اللغات والمعتقدات والمعارف والفنون والتعليمات والقوانين والدساتير والمعايير الخلقية والقيم والأعراف والعادات والتقاليد الاجتماعية والمهارات التي يمتلكها أفراد مجتمع معين" (1).

وقد وعي الإنسان أهمية الثقافة في تكوين ذلك الوعي فأسس وجودها عبر السنين من خلال التراكم النوعي والكمي للفعل الثقافي والإنساني، فما تركته الثقافات القديمة كالمصرية والفارسية والإغريقية يُعدّ صورة واضحة لذلك الفعل الثقافي عبر مراحله وعصوره، وجاءت الأديان السماوية والتي خُتمت برسالة المصطفى صلى الـلـه عليه وسلم لتعطي هذه الثقافة بُعدها الروحي وتعيدها إلى مكنونها الأخلاقي وتنقيها مما لحق بها من الشوائب التي انحرفت بالثقافة عن رسالتها الإنسانية، مصداق ذلك قول المصطفى صلى الـلـه عليه وسلم: "إنما بُعثت لأتمم صالح الأخلاق" (2).

وما زالت الثقافة هي المحرك الأساس للفعل الإنساني، فمقياس تحضر الأمم ورقيّها مرتبط بتقدمها الثقافي بكل دلالات اللفظ ومحتوياته، وهذا ما تشهد به المدنية المعاصرة فالأمم المتقدمة في عالمنا هي التي استطاعت أن تأخذ بتلابيب الثقافة في كافة جوانبها الإنسانية والعلمية وأن تحول وعيها الثقافي إلى فعل عام تتقدم به على غيرها، على الرغم من الخلل الذي يلف بعض جوانب ثقافتها.

فالسيطرة العالمية المعاصرة على واقع الشعوب ليست سيطرة عسكرية أو اقتصادية فقط بل هي نسيج من السيطرة الثقافية سواء كان ذلك في حياتها الاجتماعية أم الاقتصادية أم السياسية أم التربوية، إذ أصبحت "نمطية" الحياة لدى بعض الشعوب صورة متكررة لشعوب أخرى في فعلها الثقافي على الرغم من أنها لم تخضع لاحتلالها العسكري أو لهيمنتها الاقتصادية، وما ذلك إلا لغلبة ثقافتها وانتشارها مستغلة التقدم العلمي والتقني المعاصر والذي يسّر لها سرعة الوصول إلى أطراف الدنيا في مشهد " خلدوني " يتبع في المغلوب شأن غالبه!!.

إن ذلك يشير إلى أن المجتمعات إنما هي صور ثقافية كما عبر عنها "توماس اليوت" في تعريفه للثقافة، أو أنها تحتفظ ـ أي الثقافة ـ ببعدها الاجتماعي كما يرى ذلك "تيري إيجلتون" في كتاب: "فكرة الثقافة".

ولقد اختلفت تعريفات المفكرين والفلاسفة حول مفهوم الثقافة بصفة عامة، فقد عرّفها (ثومبسون Thompson ـ2001) بأنها مميزات أو خصائص جماعة تتضمن القيم والمعتقدات ومعايير السلوك التي تختلف في عضوية جماعة أخرى وتساعد على تمييز هذه الجماعة عن جماعة أخرى، أما (أمرود Omrod) فيعرّفها بأنها "نظم السلوك والمعتقدات التي تميّز جماعة اجتماعية" ويرى (آرندس 2004 Arends) أنها "تصف الطريقة الكلية لحياة جماعة بتاريخها واتجاهاتها وقيمها، والثقافة تُتَعلّم، وليست ثابتة، وتتغير بشكل مستمر، والثقافات لا تمثل الجماعات، وإنما هي ما أوجدت من قبل الجماعات"(3).

ولقد كان عالم الاجتماع "روبرت بيرستد" أكثر وضوحاً حين عرّف الثقافة بأنها "هي كل ذلك الكل المركب الذي يتألف من كل ما نفكر فيه أو نقوم بعمله أو نتملكه كأعضاء في مجتمع".

و تتكرر رؤية الثقافة ببعدها المجتمعي عند عدد كبير من علماء الاجتماع والتربية أمثال "لويس دوللو" و"كارل مانهايم" و"رايموند وليامز" صاحب كتاب "الثقافة والمجتمع ـ

1956" و"ماثيو أرنولد" صاحب كتاب "الثقافة والفوضى" و"ف.ر.ليفيس" صاحب كتاب "الثقافة والبنية ـ 1933" و"دينيس تومبسون" وغيرهم من علماء الاجتماع والباحثين

و لعل علماءنا العرب والمسلمين سبقوا في دراسة ارتباط الثقافة بالمجتمع منذ عصور مضت يقف في مقدمة ركبهم مؤسس علم الاجتماع العلامة ابن خلدون مروراً بعدد كبير من علماء الاجتماع ولعل أبرزهم في السنوات الأخيرة المفكر الجزائري مالك بن نبي وعالم الاجتماع علي الوردي وغيرهم.

إن ارتباط الثقافة بالمجتمع ارتباط متلازم، إذ لا يمكن أن نفهم مجتمعاً إلا بفهم ثقافته، كما لا يمكن أن نفهم ثقافة أي مجتمع إلا بفهم المجتمع ذاته، سوء كن ذلك في جوانبه الثابتة كالأديان والقيم الأخلاقية، أم في جوانبه المتطورة والمتغيرة كالإبداع والفن والأدب والإنتاج العلمي وغيرها من الأفعال الثقافية المتطورة والتي هي أسرع تغيّراً ومواكبةً للمرحلة التاريخية التي يمر بها المجتمع.

و قد تأكد الدور الاجتماعي للثقافة من خلال:

1.التأثير القيمي والأخلاقي والسلوكي للثقافة في حياة الفرد في التصرفات والسلوك إذ يعبر عن ثقافة الفرد ورؤيته لذاته وللأشياء من حوله وبمقدار الوعي الثقافي لدى الفرد يزداد دوره في الحياة وتزداد رسالته الإنسانية نحو مجتمعه والآخرين.

2.للثقافة دور كبير في التواصل الإنساني على مر التاريخ، فقد استطاع الإنسان أن يبتكر ويطور آليات ثقافية متجددة ونامية حقق من خلالها معرفة واسعة بالحياة وتعزز هذا الدور من خلال الوسائل الحديثة التي توّجت بثورة الاتصالات والمعلومات، التي جعلت التواصل الإنساني أكثر قدرة على اختراق الحواجز والجسور بين البشر مما زاد معرفتهم بانفسهم وبغيرهم.

3. تزايد الإدراك لدور الثقافة في تغيير اتجاهات الرأي العام المحلي والعالمي، من خلال التأثير غير المباشر للفعل الثقافي في حياة الشعوب، ولقد تعزز دور الثقافة على

المستوى العالمي في العقود الأخيرة من خلال إنشاء عدد من المنظمات والمؤسسات الثقافية العالمية والإقليمية ولعل المنظمة الدولية للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) تأتي في مقدمتها، وعلى المستوى الإقليمي تبرز المنظمة العربية والمنظمة الإسلامية للتربية والثقافة والعلوم وغيرها من المؤسسات التي تشكل أدوات وآليات للفعل الثقافي الدولي والإقليمي.

و إذا كانت الثقافة تتبوأ هذه المكانة في حياة الأمم والشعوب والمجتمعات والأفراد، فإن التربية والإعلام هما البوابتان اللتان تلج الثقافة من خلالهما إلى الفرد في أي مجتمع، فالتربية وثيقة الصلة بالثقافة ويؤثر كل منهما بالآخر ويتأثر به، فالتربية هي الميدان الذي يتم من خلاله صياغة الشخصية الإنسانية بكل مقوماتها العقدية والأخلاقية والسلوكية، وهي المعايير الأساسية في بناء ثقافة الفرد من خلال ما تقدمه التربية من مناهج ونماذج وخطط وبرامج ومعايير تقويم وقياس، ومن خلال التفاعل الذي تشكله البيئة التربوية التي تكوّن الرؤى والتصورات والقيم لدى الفرد، وتصوغ سلوكه وأخلاقه ومعاملته وعلاقته بالآخرين، وبمقدار ما تصوغ التربية شخصية الفرد تأتي مخرجات هذه العملية إيجابية أو سلبية.

ولا يقل ارتباط الثقافة بالإعلام عن ذلك، فهو الناقل للثقافة والمعبر عنها بصورها المتعددة، بل إن الفعل الإعلامي يحمل بداخله مضموناً ثقافياً أيّاً كان هذا المضمون، وهذا يبيّن أهمية ودور الإعلام في تغيير كثير من التصورات والمفاهيم لدى الأفراد والشعوب، وقد ساعد على ذلك سرعة وتطور انتشار وسائل الإعلام المختلفة، فالفضاء يعج بمئات المحطات التلفزيونية والإذاعية، وتمتلئ المكتبات بآلاف الصحف والمجلات التي تصدر كل يوم، وقد أضاف الإعلام التكنولوجي بُعداً جديداً لذلك بحيث أصبحت الموارد الإعلامية شلالا يتدفق بكل محتوياته الإيجابية والسلبية، التي لا يمكن وقفها إلا من خلال التكامل بين التربية والإعلام بما يشكلانه من ثقافة مشتركة لدى الفرد، وإذا كان التناقض

هو السائد على الجانب الأعم من العلاقة فإن التكامل بينهما ليس بالأمر المستحيل أو الصعب.

إن التربية والإعلام يشكلان المنطلقين الأساسيين لتكوين الثقافة لدى الفرد.

فالثقافة التربوية هي: "المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر التربوية وتشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم ".

أما الثقافة الإعلامية فهي: " المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر الإعلامية وتشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم ".

ويلاحظ أن كلا الثقافتين ذات مصادر محددة، وكلاهما مكوّن للمعتقدات والتصورات والمفاهيم والقيم، وكلاهما مؤثر في تكوين السلوك والتقاليد وأنماط الحياة، إلا أنهما يختلفان في مصادرهما سواء كان هذا الاختلاف في طبيعة المصدر أم في المضمون الثقافي الذي يحمله.

أولا: مصادر الثقافة التربوية:

إذا كانت المؤسسات التربوية تهئ لطلابها وطالباتها الخطط والبرامج التعليمية والتدريبية لما لهذه الخطط والبرامج من أهمية في تحصيل الطلاب والطالبات للمواد العلمية التي جاءوا لدراستها، فإن هناك جانباً آخر لا يقل أهمية عن ذلك، ألا وهي مصادر الثقافة التربوية لدى هؤلاء الطلاب والطالبات، إذ أن ما يقدم داخل قاعات الدرس والمختبرات والمعامل لا يمثل إلا جزءاً من عملية التربية التي يجب أن يتلقاها الطلاب والطالبات، ولعل أبرز مما تعنى به المؤسسات التربوية هو رفع المستوى الثقافي لطلابها وطالباتها من خلال توفير فرص التثقيف وإيجاد رؤية تثقيفية نقدية لديهم حتى يستطيعوا أن يتعاملوا مع المؤثرات الثقافية في المجتمع، وذلك من أصعب المهمات أمامها

إذ أن تشكيل الرؤى الثقافية يتم قبل من خلال مؤثرات كثيرة، وتأتي هذه الرؤى ـ في بعض الأحيان ـ محملة بكثير من المعوقات التي تحد من دور المؤسسة التربوية في تكوين التصورات والأفكار الثقافية لطلابها وطالباتها، إذ يأتي هؤلاء وقد تأثروا بمؤثرات كثيرة لعل من أبرزها الأسرة والمدرسة والأصدقاء وغيرهم.

ولذلك فإن من أهم مصادر الثقافة التربوية ما يلي:

1: الأسرة:

إن الاهتمام بالأسرة يعني الاهتمام بكل مجتمع، فإذا أنشئت هذه الأسرة على أسس وقواعد ثابتة راسخة من القيم والفضائل فإنها بذلك تبني المجتمعات بلبنات قوية متماسكة لا تؤثر فيها عواصف الزمن ولا متغيرات الأحداث. أما إذا أهملت الأسرة دورها في التربية والتقويم فإن أفراداً في المجتمع يتخرجون من هذه الأسرة لا يمكن أن يساهموا في بنائها بل يكونون عوامل هدم وتخريب ولا يمكن أن تنشأ المجتمعات بمثل هذه العناصر الهزيلة.

و قد اهتمت الشعوب والأمم بتكوين الأسرة على قواعد ثابتة حتى تستطيع أن تربي أجيالاً قوية، ولعل أهم أدوار الأسرة في تكوين الثقافة التربوية يبرز في الاهتمام بالجانب الأخلاقي والسلوكي وفي تعليم الأبناء الفضائل والمبادئ الخلقية الرفيعة وإرشادهم إلى السلوك المستقيم، وهي من أهم الواجبات التي يمكن أن تقوم بها الأسرة فهي التي تستطيع أن تترجم المعاني الخلقية إلى أفعال وسلوك بممارستها لهذه الأفعال أمام الأبناء فيكتسبون منها ذلك ولا يمكن لأي مؤسسة أو فئة أو محضن تربوي أن يقوم بدور الأسرة، وإذا حدث ذلك فإنما هو خلل في الأدوار لا بد من معالجته. ولعل أبرز جوانب التربية الخلقية هو القدوة من خلال الوالدين، حيث أنهما يعتبران النموذج والقدوة أمام الأبناء.

و قد حث الإسلام على الاهتمام بالجانب الخلقي فجعل النموذج الأمثل للقدوة هو محمد صلى الله عليه وسلم، حيث وصفه القرآن الكريم بقوله: " وإنك لعلى خلق عظيم " وقال عن نفسه: " إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق " (4).

و قد حث الإسلام الآباء على الاهتمام بالجانب الخلقي عند أبنائهم، فقد قال صلى الله عليه وسلم: "ما نحل والد ولداً أفضل من أدب حسن " (5).

بل جعل الإسلام من التنشئة على حسن الخلق وجباً للأبناء على الآباء فقال عليه الصلاة والسلام: "من حق الولد على الوالد أن يحسن أدبه ويحسن اسمه" (6).

"و من المسلم به أن التربية الخلقية هي روح التربية الإسلامية، وأن الوصول إلى الخلق الكامل هو الغرض الحقيقي من التربية... فالغرض الأول والرسمي من التربية تهذيب الخلق وتربية الروح، وكل درس يجب أن يكون درس أخلاق، وكل معلم يجب أن يتصف بالأخلاق المحمودة التي يكون بها المعلم مثاليا في تديّنه وسمته، والخلق النبيل عماد التربية في الإسلام"(7).

فالقدوة الحسنة في التربية، هي من أنجح الوسائل المؤثرة في سلوك الأبناء، سواء كان ذلك في الجانب الخلقي أو الجانب العملي، ولقد أشار القرآن الكريم إلى ذلك بقوله تعالى: "لقد كان لكم في رسول الله أسوة حسنة لمن كان يرجو الله واليوم الآخر وذكر الله كثيراً" (8).

و قال تعالى إشارة إلى ضرورة القدوة حثاً للمسلم بالاتصال بالصالحين: "أولئك الذين هدى الله فبهداهم اقتده" (9).

كما يبرز دور الأسرة في الاهتمام بالسلوك الاجتماعي حيث يعيش الأبناء في مجموعة بشرية معينة وعليهم أن يتعرفوا على هذه البيئة حتى يستطيعوا أن يعيشوا معها ويتجاوبوا مع ما تطلبه منهم ويستطيعوا أن يأخذوا منها ما يحتاجون إليه، ولذلك لا بد

للأبناء من سلوك اجتماعي يتعاملون به مع الآخرين، وهذا السلوك إنما يأتي بصورة رئيسية من الأسرة التي تدربهم وتعلمهم على ذلك.

و تأتي تنمية الجانب الثقافي كدور آخر للأسرة، فهو جانب مهم في حياة الإنسان الذي يراد له أن يكون إنساناً سوياً، وبالتالي لا بد له من ثقافة ومعرفة يتلقاها في صغره حتى يكبر عليها وينشأ محباً لها عاملاً بها.

فمن خلال الأسرة تتكون القيم والمفاهيم الثقافية الأولى للفرد ويستمد منها معرفته الثقافية بدءاً من معاني المفردات والكلمات إلى الحكم على الأشياء بالصواب والخطأ.

وقديما قال أبوالعلاء المعري:

و ينشأ ناشئ الفتيان منا على ما كان عوّده أبوه(10).

و لعل أهم الأدوار الثقافية للأسرة مراقبة ما يقدّم للأبناء من خلال وسائل الإعلام، فالأسرة لا تستطيع أن تمنع ما يقدّم في هذه الأجهزة إلا أنها تستطيع أن تراقب ما يقدّم لأبنائها من برامج إعلامية، لأن في بعض هذه البرامج ثقافة وفكراً لا تتفق مع ما تهدف إليه الأسرة من التربية السليمة لأبنائها.

و الأسرة - كذلك - مرجع لثقافة الطلاب والطالبات، فما زال كثير منهم يلجأ إلى أسرته للتعرف على ما يحتاجه من ثقافة معينة أو معلومة جديدة خاصة إذا كانت هذه الأسرة تعنى بالثقافة.

إلا أن دور الأسرة بدأ يتراجع لصالح مؤثرات أخرى كوسائل الإعلام والمؤسسات المجتمعية، فبسبب التحول الاجتماعي الذي طرأ على أطوار كثير من مكونات المجتمع ووحداته فقد أصبحت الأسرة مشدودة إلى مؤثرات كثيرة، مثل طول ساعات العمل للوالدين أو أحدهما والاهتمام بقضايا حياتية كتوفير مصادر الدخل والعلاقات الاجتماعية، واقتصار حجم الأسرة على الأسرة النووية بما لها من دور

محدود، وتراجع الدور الواسع والمؤثر للأسرة الممتدة، ودخول عوامل مؤثرة جديدة داخل الأسرة وهي جهاز التلفزيون أو الكمبيوتر، كل ذلك أثر على هذا الدور فأصبحت ساعات التواصل بين الأسرة محدودة أو قليلة، وأصبح الأبناء يبحثون عن إجابة لتساؤلاتهم في أجهزة الإعلام كالإذاعة والتلفزيون وشبكة الاتصالات وشبكة المعلومات وغيرها من مصادر المعرفة.

وقد أدى ذلك كله إلى إضعاف دور الأسرة في تكوين الثقافة التربوية للأبناء.

2: المعلم:

يعتبر المعلم محور العملية التعليمية إذ أن جميع العوامل الأخرى كالمنهج والكتاب والوسائل المساندة لا تستطيع التأثير أو تطوير مسيرة التعليم دون أن تمر من خلال المعلم، فهو يقوم بصياغة تفكير الإنسان وتربيته وتطوير مهاراته فالمعلم هو القائد والمحرك للعملية التعليمية.

ومن هنا تأتي أهمية الاهتمام به بما يتناسب مع دوره الملقى عليه وهو النيابة عن الأنبياء لقول الرسول صلى الـلـه عليه وسلم "العلماء ورثة الأنبياء " إن أثار المعلم واضحة على التعليم والمجتمع.

إن مهنة التعليم هي المهنة الأم كما يعبر عنها (Chandler) شاندلر فهي The Mother Profession، كما أنها المصدر الأساسي لبقية المهن[11]

وهي كما يقول "فردريك ماير "Fredrich Mayer" المهنة التي من خلالها يحاول المعلمون أن يجددوا وأن يبتكروا وأن ينيروا عقول طلابهم وأن يوضحوا الغامض ويكشفوا الستار عن الخفي، كما أنهم يحاولون أن يربطوا بين الماضي والحاضر، وبين الطيب والرديء وكل ذلك بهدف أن يبينوا لطلابهم الطريق السوي والمعلمون بعملهم هذا إنما يخلقون في نفوس الأجيال الناشئة الأمل واليقين ويبينون لهم الغث من السمين إنهم باختصار يتركون آثاراً عميقة وتغييرات لا تنمحي من حياة المجتمعات التي يعملون

بها، كم أنهم من جانب أخر يسهمون بلا حدود في رفاهية مجتمعاتهم وفي ربط أبناء أمتهم بعضهم إلى بعض من خلال توحيد أفكارهم، وبالتالي مشاعرهم إنهم في حقيقة الأمر يعتبرون أن عملهم في مهنة التدريس هو خير ما يمكن أن يقدموا لمجتمعاتهم، وليس هذا فحسب، بل إنهم بعملهم هذا إنما يسهمون في تشكيل مستقبل تلك المجتمعات بتشكيلهم لشخصيات الشباب منذ نعومة أظافرهم، هؤلاء الشباب الذين يحملون عبء المسؤولية في مستقبل أوطانهم وشعوبهم

إن الاتجاه العالمي في التربية الحديثة يذهب إلى إعطاء المعلم أدواراً أكثر من مجرد الأداء للمادة العلمية إذ يتطلب منه أن يقوم بأدوار شتى كتعليم الطالب طريقة التعليم وليس التعليم وحده، كما يطلب منه أن يتابع المستجدات الحديثة في ميدانه ويطور إمكانياته ومهاراته المهية والتركيز على البحوث العلمية الميدانية وعدم الاكتفاء بالتلقين النطري خاصة مع تسارع المستجدات العلمية الحديثة وتطور وسائل التقانة مما يفترض معه قدره المعلم على التعامل مع هذه التقانة، أو تنمية مهاراته كما عرفها "هندرسون Handerson " بأنها أي شئ يحدث للمعلم من أول يوم يلتحق فيه بالمهنة إلى اليوم الذي يتقاعد فيه عنها، بحيث تسهم هذه الأشياء وبصورة مباشرة أو غير مباشرة في الطريقة التي يؤدي بها واجباته المهنية "[12].

لقد خرج المعلم بدوره إلى ميدان أوسع من ميدان التعليم إلى ميدان التربية، وبهذا يعود المفهوم الشمولي الذي دعى إليه الإسلام في قيام المعلم بهذا الدور إذ لم يفصل بين الفكرتين بل دعى إليهما باعتبارها وجهان لعملة واحدة، بل تكاد التربية تسبق التعليم، يقول تعالى "كونوا ربانيين بما كنتم تعلمون الكتاب وبما كنتم تدرسون" ولذا شاع القول المشهور "لولوا المربي ما عرفت ربي" واستمع إلى الإمام الغزالي وهو يصف المعلم ودوره فيقول " فمن علم وعمل بما علم فهو الذي يدعى عظيماً في ملكوت المساء، سيصبح كالشمس التي تضئ لغيرها وهي مضيئة في نفسها، والمسك الذي يطيب عبيره وهو طيب ومن اشتغل بالتعليم فقد تقلد أمراً عظيماً وخطراً جسيماً وليحفظ آدابه ووظائفه "[13].

وهذا عمر بن عقبه يقول لمعلم ولده " ليكن أول إصلاحك لولدي إصلاحك لنفسك فإن عيونهم معقودة بك، فالحسن عندهم ما صنعت، ولقبيح عندهم ما تركت علمهم كتاب الله، ولا تملهم فيه فيتركوه، ولا تتركهم منه فيهجروه، روّهم من الحديث أشرفه ومن الشعر أعفه، ولا تنقلهم من علم إلى علم حتى يحكموه، فإن ازدحام الكلام في القلب شغلة للفهم، وعلمهم سنن الحكماء، وأخلاق الأدباء، وكن لهم كالطبيب الذي يعالج بالدواء حتى يعرف الداء" (14).

ولذا فالمعلم الذي يؤمل أن يقوم بهذا الدور هو المعلم المطبوع وليس المعلم المصنوع وفق ما يعرف هانت ولورنس Hunt and Lawrence أي المعلم الذي طُبع على عملية التربية والتعليم فأصبح ذلك جزء من حياته وطبعه وليس ذلك المعلم الذي "يصنع صناعة" ليصبح معلماً حيث أن هذا الدور ليس دوراً تكفي فيه الدربة والصناعة بل لا بد من مميزات وسمات ذاتية ترقى بالإنسان إلى أن يكون في منزلة المعلم، لذلك فإن أمثال هؤلاء المعلمين هم الذين يتركون أثراً واضحاً على العملية التعليمية، كما يقول "جون لاسكا John A. Laska في كتابه "Schooling and Education" (التمدرس والتربية) حيث يذكر "أن امناهج تكاد تكون واحدة في معظم مدارس البلد الواحد، وكذا الكتب التي تعالج تلك المناهج بالإضافة إلى أن المباني المدرسية تكاد تتشابه، إن لم تتطابق، ولكن المخرج أو الناتج من هذه المدارس متمثلاً في الخريجين من الطلاب، وما حصلوا من علوم ومعارف ومهارات، وما اكتسبوا من صفات جديدة أضيفت إلى شخصياتهم التي دخلوا بها المدارس من قبل، هذا الناتج يختلف من مدرسة إلى أخرى، ويستنتج الرجل أن العنصر الفعال والفارق المميز في الحالتين هو بلا شك، المعلم والدور الذي يقوم به، ذلك أنه يترك بصماته الواضحة على العملية التربوية بشكل لا يقبل الجدل(15).

لكن هذه الصورة المثالية ليست منطبقة في بعض الأحيان على المؤسسات التعليمية العربية في كثير من البلدان.

إذ مازالت العلاقة بين الأستاذ والطالب في عالمنا العربي تعتريها حالات من التردد، فصورة الأستاذ أو المعلم في ذهن الطالب هو ذلك الإنسان المتعالي المتشدد في معاملته قليل الابتسامة، يستخدم مصطحات وكلمات لا يستوعب الطلاب كثيراً منها، ويقيم حاجزاً نفسياً بينه وبينهم، لا علاقة لهم به خارج قاعة الدرس.. إلى غير ذلك من الصور السلبية التي يرسمها الطلاب عن أساتذتهم ومازالت مخيلة الذين درسوا في المؤسسات التعليمية العربية تحتفظ بنمذج من هؤلاء الأساتذة على الرغم من الإقرار لهم بالفضل والعلم!! وإذا كانت هذه الرؤية لدى الطلاب فإن رؤية الأساتذة لطلابهم لا تقل (سوداوية) عنه إذ هم يرون في طلابهم مجموعة من الأشخاص الذين لا يسعى معظمهم للعلم وتحصيله بل للحصول على الشهادة العلمية بقليل من الجهد وأن هذا الجيل ليس كالأجيال السابقة في جدّه واجتهاده، وقليلاً ما يتميز بعض الأساتذة بعلاقات جيدة مع طلبتهم، ويساعد على ذلك أن قوانين وأنظمة المؤسسات التعليمية لا تنظم مثل هذه العلاقة من خلال قاعات الدرس أو ما شابهها، كما أن إعداد الأساتذة والمعلمين ـ في الغالب ـ لا يتضمن طرائق التعامل مع الطلبة وإنما تجعل ذلك وفقاً للأنظمة واللوائح ووفقاً لاجتهادات الأستاذ أثناء أدائه للخدمة. ومن هنا نشأت حالة من الانفصام بين الأستاذ أو المعلم من جهة وبين طلبته من جهة أخرى وتراجع دور المربي والقدوة إلى دور آلي خال من الروح الإنسانية، ويكون الضحية في ذلك هو الطالب والطالبة الذي جاء إلى المؤسسة التعليمية مثقلاً بكثير من الأسئلة التي يحتاج إلى إجابة لها كما جاء بقيم وأفكار ومعتقدات ومفاهيم تحتاج من الأستاذ والمعلم إلى تصويبها أو تأكيدها خاصة وأنه يعيش في نظام تعليمي يفتقد في كثير من جوانبه إلى حرية التعامل والحوار، كما يفتقد إلى أسس التعلم الذاتي الصحيح، والتي هي أهم ركائز التعليم.

إن دور الأستاذ أو المعلم في علاقته مع الطالب قد تجاوز الأطر التقليدية التي كانت سائدة في المؤسسات العربية وبدا واضحاً أهمية تطوير هذه العلاقة من خلال وضع أسس جديدة تتلاءم وروح المتغيرات المعاصرة التي تقوم على تعدد مصادر المعرفة

العلمية للطالب، فلم يعد الأستاذ يشكل المصدر الأساسي للتعليم والتثقف، كما كان عليه الحال قبل عقود مضت بل أصبح دور الأستاذ أو المعلم هو مساعدة الطالب للوصول إلى مصادر المعرفة من خلال تنمية الرغبة في التعليم والبحث ورفع دافعيته لذلك، بعيداً عن ارتباط التعليم بتحقيق الغايات المحدودة للطالب –خاصة في مجتمعات الخليج العربي- إذ أن دافعية الطالب المحدودة للتعليم قد تراجعت –بصفة عامة- بسبب تغيير النظم الاجتماعية والاقتصادية إذ شكلت الوفرة المادية حاجزاً دون تنمية الرغبة في التعليم ولذا نجد بعض الطلاب يأتي للمؤسسة التعليمية من أجل الحصول على الشهادة العلمية كمكانة اجتماعية دون أن يكون العلم هدف لذاته، كما أن فئة أخرى جاءت من أجل الحصول على الشهادة العلمية كمدخل للعمل الوظيفي، ومع أهمية الهدفين السابقين إلا أن ذلك يحد من رغبة الإنسان ـ طالباً كان أم غيره ـ في الحصول على العلم والمعرفة لذاتهما، وهنا يأتي دور الأستاذ أو المعلم في معالجة هذه الظاهرة –لا إلغائها- وتغيير رؤية الطلاب للشهادة العلمية وتنمية دافعيتهم للتعلم حتى تبقى هذه الروح مستمرة معهم بعد تخرجهم.

3: المكتبات التعليمية:

ما زالت المكتبات بصفة عامة والمكتبات في المؤسسات التعليمية بصفة خاصة مصدراً أساسياً من مصادر الثقافة التربوية للطلاب والطالبات، فهي مصدر علمي يسند المقررات الدراسية والتدريبية حيث يجد فيه الطلاب والطالبات مبتغاهم من المصادر والمراجع التي يحتاجونها لدعم دراستهم التخصصية أو أبحاثهم العلمية، وتسعى المؤسسات التعليمية إلى أن تكون مكتباتها ملبية لاحتياج الباحثين فيها سواء كانوا أساتذة أم طلاباً، ولذا فإنها تقوم بتطوير مكتباتها ورفدها بالدراسات والأبحاث والكتب الجديدة، وقد يسرت وسائل التكنولوجيا سبل الاستفادة العلمية من المكتبات خاصة مع توفر الكتاب الإلكتروني أو المكتبة الإلكترونية التي لا تحتاج إلى انتقال مكاني أو ساعة زمنية محددة للاستفادة منها.

و إذا كانت المكتبة مصدراً علمياً أساسياً للطلاب والطالبات فإنها مصدر ثقافي لهم كذلك إذ أنها تخرج من كونها مصدراً مسانداً للعملية التعليمية لتصبح مصدراً للثقافة من خلال ما تحتويه من كتب ومراجع ومصادر مختلفة إلى جانب احتوائها على المجلات العلمية والصحف والبرامج السمعية والبصرية، فهي بذلك جزء من دعم النشاط الثقافي العم ومصدر لثقافة الطلاب والطالبات.

لكن المتتبع لدور المكتبات في المؤسسات التعليمية يجد أن الاستفادة منها كمصدر للثقافة ما زال محدوداً، إذ ما زال طلاب وطالبات المؤسسات التعليمية يعتقدون أن دور المكتبة مقصور على توفير المراجع والمصادر العلمية وأن مصادرهم الثقافية لا مكان لها في هذه المكتبة، ولعل مرجع ذلك إلى (تقليدية) الدور الذي تقوم به بعض المكتبت، إذ يقتصر دورها على توفير الكتب دون القيام ببرامج وأنشطة تخرج بها من هذا الدور إلى الدور الثقافي العام بحيث تشجع الطلاب والطالبات على الاستفادة منها ومن برامجها، وترجع بعض الأسباب إلى الطلاب والطالبات أنفسهم، ومن ذلك:

أ. عدم إدراك الطلاب والطالبات للثقافة كمكوّن أساسي لحياتهم الشخصية، إذ لا يتوقف دور الطالب أو الطالبة بعد تخرجه على المادة العلمية التي درسها، بل يمارس دوراً واسعاً في الحياة يتطلب منه إحاطة شاملة بشؤونها، ومن لم يتسلح بالثقفة العامة والمعرفة إلى جانب التأهيل العلمي والتدريب فلن يستطيع أن يقوم بدوره في الحياة كما ينبغي.

ب. تراجع مكانة القراءة كمدخل للثقافة، فكثير من الطلاب والطالبات لا يقرءون إلا المقررات الدراسية أو ما يكلفهم به أساتذتهم من واجبات، لكن القراءة والمطالعة كرغبة وهواية لم يعد لها ذلك الدور المهم على الرغم من توفر الوسائل المساعدة في ذلك.

إن كثيراً من الطلاب والطالبات لديه الرغبة في القراءة لكنه لا يعرف كيف يبدأ وماذا يقرأ ولا يعرف أساليب القراءة وكيفية الاستفادة مما قرأ، إلى غير ذلك من المعوقات أمامه التي يحتاج معها إلى توجيه وإرشاد يمكنه من الاستفادة من المكتبة.

ج. غياب الاهتمام الثقافي العام والتثقيف الذاتي، إذ أدى تطور الحياة السريع وتشتت الاهتمام في جوانب كثيرة من الحياة وانصراف الإنسان إلى الاهتمام بحياته ومصادر رزقه وضياع كثير من الأوقات، وغياب الاستعداد للعمل الثقافي وتراجع هذا العمل إلى العزوف عن الشأن الثقافي ـ بصفة عامة ـ لصالح مظاهر اجتماعية أخرى، إن المراقب لحال طلاب وطالبات لا يجدهم يختلفون كثيراً عن واقع المجتمع الذي يعيشون فيه، وهم في ذلك غير ملامين، فهم نتاج مجتمعهم أو بيئتهم، وقد تأثروا به وتعودوا على ما عودهم عليه، ومن هنا فإن الشكوى من ضعف المستوى الثقافي لكثير من للطلاب والطالبات ليس إلا تعبيراً عن المستوى الثقافي العام.

ولذا تدني مستوى القراءة ـ وهي المدخل للثقافة بصفة عامة والثقافة التربوية بصفة خاصة، تدنى ـ بحيث أصبحت نسبة من يقرأ منهم قراءات خارج المنهج الدراسة محدودة، تشير إحدى الدراسات (العاني2005) إلى أن "عدد الكتب التي قرأها الطالب في العام الأكاديمي (فترة إعداد الدراسة) 2004/2003 -غير الكتب الدراسية المقررة- (تتفاوت بين الطلبة) فنجد أن أعلى نسبة سجلت لفئة (1-2) كتاب بلغت (37.5%) وأن فئة (3-4) كتب بلغت نسبتها (29%) وفئة (5) كتب فأكثر بلغت نسبتها (25.3%)، فهذه النتائج تشير إلى أن الطالب يقرأ كتباً إضافية ويطالع مطالعات خارجية ولكن لا تزال قليلة جداً في الوقت الذي يتطلب منه أن يقرأ أكثر وخاصة أنه في مرحلة إعداد أكاديمي- تربوي يتطلب منه الاستزادة من طلب المعرفة الموجودة في الكتب والتي لا تتحقق إلا من خلال قراءتها واستيعاب مضامينها بدافع ذاتي، فالقراءة هي مفتاح العلم والمعرفة (16)

وقد كشفت دراسة أخرى (حوّاس1999) حول المستوى الثقافي للطلاب، نتائج مقلقة، إذ أن معظم الطلاب لا يقرؤون الصحف المحلية مطلقاً، في حين بلغ متوسط ساعات الجلوس أمام التلفاز 6 ساعات يومياً، وكشفت الأسئلة التي تتعلق بالشخصيات العامة عن جهل الطلبة بأسماء شخصيات لها دور وطني بارز، فمثلاً عرف الكثيرون

المفكر التنويري عبد الرحمن الكواكبي على أنه صحافي مصري، وسعد زغلول بأنه شاعر سوري والشاعر التشيلي (بابلونيرودا) بأنه أديب مغربي وهكذا. ولكن الأمر اختلف عند ما تعلق السؤال بمسألة تلفزيونية أو سينمائية، إذ تم السؤال عن جنسية الممثلة الأمريكية " شارون ستون" وعن فلم "غريزة أساسية " كأشهر أفلامها إذ كانت أجوبة أكثر الطلاب صحيحة، وأنحى الطلاب باللائمة على أساتذتهم في ذلك، وعن مسؤوليتهم في أنهم يلقّنونهم معلومات غير صحيحة تدل على جهلهم بالحقائق التاريخية، وأعطى أحدهم مثالاً بأستاذه الذي لا يعرف أن سورية استقلت عام 1946م !! وفي مصر تقدم لاتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري أكثر من (2000) من خريجي الجامعات للعمل مذيعين ومترجمين ومحررين، ولم ينجح واحد منهم في الاختبار رغم أن الأسئلة كانت تدور حول المعلومات العامة فإن إجاباتهم حملت العجب العجاب منها أن انجلترا عاصمة بريطانيا ومنابع نهر النيل تبدأ من دلتا مصر والسد العالي أنشئ بعد حرب أكتوبر 1973، تركيا دولة عربية ونجيب محفوظ من رواد الواقعية في السينما المصرية!!، أما في الكويت فالأمر لا يختلف كثيراً حيث أجرت صحفية الرأي العام الكويتية استطلاعاً على مجموعة من الشباب لقياس مستوى ثقافتهم فتبين أن لديهم معلومات جيدة عن الممثلين واللاعبين وعروض الأزياء والموضة، وبسؤالهم عن كوفي عنان اعتبره59% من العينة حارس مرمى منتخب الكاميرون، وبعضهم اعتبره منظراً شيوعياً، بينما لم يتعرف على عمله الحقيقي كأمين عام للأمم المتحدة (السابق) سوى 23%، أما روجيه غار ودي فأجاب 16% من أفراد العينة أنه لاعب في منتخب فرنسا 1998 م، بينما لم يتعرف عليه سوى 23% من الشباب، أما الشيخ أحمد ياسين زعيم حماس فقد اعتبرته الأغلبية أنه شقيق الممثل الكوميدي إسماعيل ياسين (17).

ولا تختلف الصورة ـ كثيرـ في أي أو مؤسسة تعليميةعربية عما ورد في مثل هذه الاستبيانات.

4: جماعة الأصدقاء:

يشكل الأصدقاء مصدراً للثقافة التربوية بالنسبة لزملائهم خاصة لأولئك الذين لا يجدون مصدراً للإجابة على تساؤلاتهم التربوية والثقافية، فقد أصبح "عالم" الأصدقاء بالنسبة لكثير من الفتيان والفتيات موئلاً مهماً للإباحة لهم بمشكلاتهم، وهو مهم، خاصة وأنهم يجدون فيهم الثقة المناسبة والمقاربة في العمر والقدرة على التجاوب معهم دون تعنيف أو إساءة كما يحدث ـ أحياناً ـ من بعض الوالدين أو المعلمين، ولذا يلجأ بعضهم إلى أصدقائهم للاستفادة من آرائهم وأفكارهم وحلولهم للمشكلات التي تواجههم، خاصة أولئك الأصدقاء الذين يملكون قدراً من المعرفة يميزهم عن أقرانهم، أو يملكون قدرات قيادية يستطيعون من خلالها قيادة زملائهم وأصدقائهم.

إن جماعة الأصدقاء تمارس ـ أحياناً ـ أدواراً تتجاوز دور المدرسة أو الأسرة، يقول (وارنر) (Warner) و(لنت) (Lunt): "إن العضو المراهق أو المراهقة في جماعة الأصدقاء، قد يقف من أسرته موقف التحدي ويعارضها، في سبيل المحافظة على كرامة رفاقه واحترامهم، في حالة تعارض ميول الجماعتين" (18).

و إذا كان الأصدقاء يشكلون مصدراً للثقافة التربوية فإن بعضهم ـ قد ـ يشكل مصدراً للانحراف خاصة تلك المجموعات التي تلتقي على القيام بأعمال منافية للأخلاق أو مخالفة للقانون، مثل تعاطي المخدرات أو الانحرافات السلوكية أو جرائم السرقة أو حتى مشاجرات الطرق، ومن هنا تأتي أهمية وخطورة الثقافة التربوية التي يتلقاها الطلاب من أصدقائهم، ولذا نجد التعاليم الإسلامية تحض على حسن اختيار الأصدقاء، فقد قال رسول اللـه صلى اللـه عليه وسلم: "مثل الجليس الصالح وجليس السوء كمثل حامل المسك ونافخ الكير، فحامل المسك إما أن يحذيك أو تشتري منه أو تجد منه ريحاً طيبة، ونافخ الكير إما أن يحرق ثيابك أو تجد منه ريحاً نتنة" (19).

و قال عليه الصلاة والسلام: "المرء على دين خليله، فلينظر أحدكم من يخالل" (20).

إن كثيراً من جماعات الأصدقاء تنشئ لها ثقافات خاصة وعلاقات مقيدة، إذ يكون تأثيرها أكبر من المؤثر ت الأخرى، لأن التفاعل داخلها يتم اختيارياً وبإرادة حرة عكس ما عليه التفاعل داخل الأسرة أو المدرسة الذي يكون متصفاً بالإلزام، كما أن الاندماج داخل جماعة الأصدقاء يتم بحرية وسهولة، ويستطيع الفرد داخلها أن يعبر عن ذاته وميوله وانفعالاته بيسر وحرية، بينما يتم ذلك داخل الأسرة والمدرسة تحت إشرافهما وفي كثير من الأحيان بإجازتهما، إضافة إلى أن جماعة الأصدقاء تشعر الفرد باستقلاليته الشخصية وقدرته على اختيار عناصر المجموعة، وعلى الرغم من السلبيات التي قد تعتري جماعة الأصدقاء إلا أنها تسهم في الإثراء الثقافي والمعرفي لأعضائها إذا أحسن الواحد منهم اختيار المجموعة التي ينتمي إليها، أو كانت هناك قيم إيجابية مشتركة بين المجموعة.

و قد ساعدت وسائل الاتصال الحديثة من هواتف نقالة ذات قدرات تكنولوجية عالية وشبكات المعلومات وطرق الاتصال التكنولوجية من تعاظم دور الأصدقاء في التأثير الذي تقوم به مجموعاتهم، ولعل المنتديات على شبكة الإنترنت تمثل نموذجاً لما يمكن أن تؤثر فيه وسائل الاتصال الحديثة من أدوار لمجموعات الأصدقاء، ففي دراسة حول اتجاهات الشباب الخليجي نحو وسائل الإعلام (الحمود وآخرون)أجاب 35% من العينة التي تم استقصاء آرائهم بأنهم يشاركون المنتديات على شبكة الإنترنت بصفة دائمة، كما أجاب 25% أنهم يتابعون ذلك أحياناً، أي أن الذين يتابعون هذه المنتديات يبلغ 60% من عدد المشاركين. والمتتبع لهذه المنتديات يجد أنها قد طورت علاقة الأصدقاء من علاقة مباشرة إلى علاقة واسعة ممتدة لا يمكن أن توضع لها حدود ولا يتوقف تأثيرها على مستوى معين أو فئة معينة، بل يمكن أن تمتد إلى مساحات واسعة من التأثير، ولا أدل على ذلك من أن 26% ممن تم استقصاء آرائهم في الدراسة السابقة أجابوا بنعم حين

تم سؤالهم عن تأثير المنتديات في نشر ثقافة التفرقة الطائفية أو القبلية، كما أجاب 47% بـ أحيانـاً، ي أن الذين يرون أن المنتديات تسهم في نـشر هـذه الثقافـة هـم 73% !! مـما يـشير إلى أهميـة دراسـة ظـاهرة الصداقة الإلكترونية !!(21) .

5: المؤسسات المجتمعية:

إن طلاب المؤسسات التعليمية وطالباتها يأتون إليها وهم محملون بكثير من القـيم الثقافيـة التـي تلقوها من مؤسسات المجتمع ومكوناته المتعددة، وتستمر معهم هذه القيم في مرحلة دراستهم، بل تزداد رسوخاً من خلال تأكيد الدراسة على هذه القيم أو أنها تتعرض للتهـذيب والتوجيـه مـن خـلال مـا يتلقـاه الطلاب والطالبات على يد أساتذتهم وفي مؤسستهم التعليمية والتربوية.

و لعل أبرز مؤسسات المجتمع تأثيراً في الثقافة، هي المؤسسات الدينية كالمساجد والمراكز الدعويـة وهيئات الإفتاء ووزارات الشؤون الإسلامية وغيرها من المؤسسات الدينية التي ترسم إطاراً محدداً لكثير من التصورات والثقافات التي يتلقاها الطلاب و لطالبات، ويمتد تأثيرها إلى كافة أطياف المجتمـع، ولقـد توسـع هذا الدور وأصبح مصدراً ثقافياً مهماً خاصةً في جوانب معرفة الأحكام الشرعية ككثير مـن أمـور العبـادات والمعاملات والحياة وتزكيـة الـنفس وتهـذيبها، ولبيـان مواقـف الإسـلام مـن القـضايا العامـة أو للـرد عـلى الشبهات والتحديات التي تواجه المسلمين أو لغيرها من مكونات الثقافة العامة للفرد. وقد تزايد دور هذه المؤسسات في السنوات الأخيرة من خلال استخدام وسائل جديدة كالأشرطة المـسجلة أو أشرطـة الكمبيـوتر المدمجة (C.D)أو الكتيبات الصغيرة أو استخدام شبكة الإنترنت بل استخدام الرسائل الهاتفية القصيرة.

إن كثيراً من الطلاب والطالبات يبنون آراءهم ويتخذون مواقفهم مـن خـلال التـأثير الثقـافي لهـذه الوسائل مما يعني أهميته دورها في رسم السلوك والقيم لدى هؤلاء الطلاب والطالبـات، خاصـة وأن هـذه المؤسسات تحظى بالرضا والقبول لدى متلقي رسالتها الثقافية لارتباطها بالمشروعية الدينية المعتمـدة عـلى النصوص والأدلة الشرعية.

و من مؤسسات المجتمع المؤثرة ثقافياً المراكز والأندية الثقافية والأدبية والجمعيات الاجتماعية التي تنتشر في بعض الأقطار، إذ تشكل هذه المراكز والأندية مصدراً تثقيفياً لعامة أبناء المجتمع ولطلبة وطالبات المؤسسات التربوية والتعليمية من خلال البرامج الثقافية والأدبية كالمحاضرات والندوات والمؤتمرات وكذا نشر الكتب والدوريات والمجلات وغيرها من البرامج التي تُقدم ويتم تنفيذها سواء كان ذلك في ذات المركز أو النادي أو الجمعية، أو يتم تقديمها في المؤسسات وفق برامج مشتركة بينهما.

لقد أصبح للمؤسسات المجتمعية دور كبير في الثقافة التربوية وأصبح من الضرورة أن يتكامل ما تقدمه هذه المؤسسات مع ما تقدمه المؤسسات التربوية والتعليمية.

ثانيا: مصادر الثقافة الإعلامية:

تعتبر وسائل الإعلام من أكثر وسائل التأثير في الرأي العام وتحديد اتجاهاته، بل أصبحت هذه الوسائل مصدراً أساسياً للثقافة العامة لكافة فئات المجتمع، فقد امتد تأثيرها إلى معظم أفراد المجتمع من خلال ما تقدمه من محتوى يحمل مضامين متعددة تلقى قبولاً لدى هذه الفئات، فبين برامج موجهة للأطفال والأسرة إلى برامج تعنى بالشأن السياسي والاقتصادي والرياضي والفني، تتوزع المادة الإعلامية التي تبثها القنوات الفضائية بكل ما تحمله من مضامين، بل بدأت بعض وسائل الإعلام في التحول إلى إعلام متخصص في مجال محدد، فهناك قنوات فضائية مخصصة للأطفال وأخرى للأسرة وثالثة للصحة رابعة للبيئة، كما اتجهت قنوات أخرى للاهتمام بالثقافة سواء كان ذلك بتخصيص برامج ثقافية على خارطتها الإعلامية أو أن يكون محتوى القناة الفضائية ثقافياً بحتاً وجود أي برامج الأخرى، وما يقال في القنوات الفضائية يمكن أن يمتد إلى الإذاعة والصحافة، أما الإعلام التكنولوجي كشبكة الإنترنت والوسائط التكنولوجية فقد تجاوزت جميع الأدوار لتصبح أحدى مصادر الثقافة الإعلامية المهمة بما تتميز به من تجاوز لكافة العوائق سواء كان ذلك في الوقت الذي تبث فيه المادة الإعلامية أو مجالها الجغرافي أو مجالات رقابتها ومنعها.

إن وسائل الإعلام التكنولوجية المعاصرة تشكل أهـم التحـديات أمـام الثقافـة، فهـي بـين اسـتجابة لمتطلبات هذه الوسائل وقدرة على الاستفادة منها، وبين الحد من بعض آثارها السلبية التي لم تعـد خافيـة على أحد، ولذا فإن الثقافة الإعلامية تتم صياغتها من خلال عدد من الوسائل أبرزها:

1: وسائل الإعلام الفضائية:

يشكل البث الفضائي (التلفزيون والإذاعة) أبرز مصادر الثقافة الإعلامية، وتكمن خطورتـه في عـدم القدرة على الحد من تأثيراته السلبية على الرغم من الجوانب الإيجابية التي لا يمكن إنكارها، والتي تشكل مصدراً جيداً للثقافة الإعلامية، لكن التأثيرات السلبية هي الغالبة على ما تقدمه القنوات الفضائية امرئيـة منها والمسموعة، فمتابعة لكثير من القنوات الإذاعية والفضائية يمكن أن يخرج منها المتابع بحصيلة وافـرة من الآثار التي تخلفها المواد الإعلامية التي يتم بثها، خاصـة تلـك المـضامين التـي تحملهـا المـواد الإعلاميـة وتكون متناقضة مع المضامين التربوية التي يتلقاها الفرد من المجتمع، علما بأن أكثر المتأثرين بهـذه المـواد الإعلامية هم جيل الشباب وخاصة الطلاب والطالبات. فـالمواد الإعلاميـة التـي تقـدمها القنـوات الفـضائية ترتبط بأساليب تشويق وجذب تفتقر إليه مصا ر الثقافة التربوية، فالصورة والصوت تترافقان ـ عادةً ـ مـع مؤثرات تسيطر على إدراك المشاهد ووعيه، وتبث إليه بصورة غير مدركـة قـيما ومفـاهيم ونمـاذج للحيـاة يتلقاها المشاهد أو المستمع بحواسه ثم يختزلها في عقله الباطن لتتحول بعد ذلك إلى سلوك وعادات قد لا تتفق مع ما عليه المجتمع من قيم وأعراف.

لقد تطورت أدوات الإعلام السمعية والبصرية تطوراً واسعاً وسريعاً ليس على مستوى الإمكانيات المادية بل على مستوى المحتوى الإعلامي الذي تقدمه، فمنذ دخل التلفزيون إلى حياة الإنسان على يد عـالم الفيزيـاء الأمـريكي (الـروسي الأصـل) فلاديمـير كوزمـا زوريكـين، عـام 1924 شـهدت البـشرية نقلـة نوعيـة في مجـال الاتـصال، ازدادت

تطوراً مع التقدم العلمي الذي وصلت إليه البشرية في عصرنا الحاضر، وازداد بالمقابل تأثيرها على الفرد والأسرة والمجتمع.

إن معظم الدراسات العلمية تشير إلى أن مدى تأثير وسائل الإعلام على تكوين ثقافة الفرد وسلوكه، خاصة السلوكيات السلبية في حياة كثير من الشباب فقد جاء في إحدى المجلات:(أن الفضاء العربي ازدحم في وقت قصير نسبياً بنحو 140 قناة فضائية وتزايدت نسب مشاهدة الجمهور لهذه الفضائيات وتفيد إحدى الدراسات العلمية الحديثة أن نسبة 69 % من الجمهور العربي يشاهدون الفضائيات لمدة أربع ساعات يومياً وأن 31 % منهم يشاهدونها لمدة ثلاث ساعات يومياً و34.5 % لمدة ساعتين و15 % لمدة ساعة واحدة يومياً على حين بلغت نسبة نمو مقتني أطباق البث 12 % سنوياً و40 % من هذه الفضائيات تتبع الحكومات العربية والبقية تعتبر مستقلة ظاهرياً فقط، وتمثل البرامج الإخبارية في هذه الفضائيات حوالي 5 % فقط.

وأكد استبيان أجرته مجلة (ولدي) على 57 من آباء والأمهات و65 من الأبناء في كل من (الكويت والسعودية والإمارات) أن:الأبناء من سن 3 أعوام إلى 18 عام يشاهدون " الفيديو كليب، منهم 92'3. % من الأبناء يتابعون باستمرار " الفيديو كليب "و7.7 % فقط من العينة من لا تحرص على متابعتها وأن 39 % من الأبناء تعجبهم كلمات الأغنية و31 % يشاهدونها لجمال المغني / المغنية والراقص والراقصة و26 % منهم يجذبهم إخراج الأغنية وعلاقة المرأة بالرجل فيها و25 % يتابعها لما تحتويه من إثارة وتشويق (22).

و تأتي التأثيرات الثقافية على الشباب من انفتاح الفضاء أمام قنوات مختلفة منها ما يسهم إسهاماً إيجابياً، ومنها ما يؤدي إلى انحراف فكري وسلوكي لدى بعض الشباب، ولم يعد من الممكن السيطرة على ما تبثه القنوات الفضائية العربية منها والدولية، خاصة في ظل تراجع وضعف القنوات الرسمية، ففي استفتاء أجراه موقع (arab polls) للاستفتاءات العربية أشار 53,3% ممن تمّ استقصاء آرائهم أنهم لا يثقون في الصحافة

والتلفزيون الحكومي في بلدانهم , كما أشار 20% فقط أنهم يثقون بها، بينما توزعت بقية النسبة تقسيمات أخرى، وعند سؤالهم عن القنوات التي يتابعونها تبين أن معظمها قنوات غير حكومية، مما يشير إلى أن ما يتلقاه شبابنا ومن بينهم طلاب وطالبات المؤسسات التربوية من الثقافة ليس بيد المؤسسة الرسمية - في الغالب - وأن مكونات هذه الثقافة ليست - بالضرورة - هي المكونات الثقافية السائدة في المجتمع، وهذا ما يفسر بعض مظاهر التقليد التي تنتشر بين طلابنا وطالباتنا، فهي انعكاس لما يتلقونه من ثقافات متعددة، وليس هذا شأن شبابنا فقط، فقد أصبحت الظاهرة عالمية، وغير مقتصرة على مجتمع دون غيره،

و تشير دراسة أخرى (البياتي 2006) إلى أن 21% من المشاهدين يشاهدون التلفزيون ساعة، و27,5% يشاهدونه لمدة ساعتين، و22,5% يشاهدونه لمدة ثلاث ساعات، أما الذين تزيد مدة مشاهدتهم عن 3 ساعات فهم 29%، أما نوعية البرامج المفضلة لدى الشباب فهي 4,5% البرامج الإخبارية و4% التربوية والتعليمية و9,5% المسرحيات و10,5% الدينية و14% الرياضية و26% للأغاني والموسيقى و8% للأفلام العاطفية و11% لأفلام العنف والجريمة و4,5% للبرامج الثقافية و8% لأفلام الرعب (ياسين خضر البياتي - التأثيرات الاجتماعية المحتملة للتلفزيون على الشباب ص128)

أما عن دور التلفزيون في إضعاف العلاقات الأسرية (البياتي 2006) (23)فإن 57,5% أجابوا بأن التلفزيون يتسبب في ذلك، كما أجاب 51% بأن التلفزيون أكثر تأثيراً في الشباب من الأسرة، كما أجاب 66% بأن للتلفزيون تأثيرات سلبية على قيم وعادات الشباب.

و تشير دراسة (الحمود وآخرون 2007) إلى إن 31% من شباب الخليج العربي يتابعون برامج (تلفزيون الواقع) أو (التصوير الحي) مثل برامج (ستار أكاديمي وسوبر ستار والوادي)

و في دراسة أجرتها منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) حول معدلات تعرض الأطفل العرب للتلفزيون إلى أن الطفل قبل أن يبلغ الثامنة العشرة يكون قد أمضى أمام شاشة التلفزيون 22,000 ساعة، في حين يقضي 14,000 ساعة في قاعات المدرسة، هذا إذا علمنا أن نسبة الذين يشاهدون التلفزيون ما بين سن الثامنة والخامسة عشر بلغت 99,9% وأن هؤلاء الأطفال يقضون جزءاً كبيراً في مشاهدة التلفزيون دون رفقة من أهلهم

و لعل أطرف الأرقام تشير إلى أن أطفال اليوم حين يبلغون عامهم السبعين يكونون قد قضوا سبعاً وعشرين سنة أمام شاشة التلفزيون.

و إذا كانت هذه الأرقام تشير إلى عظم الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية فإن تأثيرها يأتي مساوياً لهذا الدور، فقد نشرت إحدى الصحف(24) تقريراً حول تأثر عنف التلفزيون جاء فيه

" أجرى أحد المواقع الإلكترونية الكندية والمسمى ijp استطلاعا لآراء 100 شاب كندي يعيشون في مدن مختلفة من «كيبيك» و«ياسينت» ولاحظت من خلال طرح عدة أسئلة ، الأسباب المولدة للعنف لدى الشباب والتأثير القوي للتلفزيون، كأحد العوامل التي تفرز العنف لدى الشباب .وكانت الأسئلة تنحصر في إطار التلفزيون وما ينتجه من أفلام تحرض على العنف وتبعث عليه فكان السؤال الأول على الشكل التالي: إذا كنت تحضر أفلام العنف، هل هذا يجعلك تقوم بحركات عنيفة تقلد بها ما شاهدته عبر التلفزيون؟ وجاءت إجابات الشباب بنسبة 58% نعم و42% لا .وكان الاستنتاج أن أفلام العنف تولد لدى الشباب غريزة التقليد، فيقلد بطل الفيلم بحركاته وبما يقوم به من أعمال عنيفة، وتدمير وقتل وحرق .أما السؤال الثاني فكان يتعلق بحالة العنف في العالم، هل ما نشهده اليوم في العالم من أعمال عنف لدى الشباب سببه التلفزيون ؟ فأجاب 62% من الشباب بالإيجاب و38% منهم بالنفي، فتبين من الأجوبة أن الشباب يعترفون بالتأثير الجامح للتلفزيون على .ولمعرفة ميول الشباب تجاه الأصناف المتعددة للأفلام

كانت النسبة الكبرى لأفلام العنف دون غيرها من الأفلام حيث بلغت النسبة المئوية 42 %يحبذون أفلام العنف في حين أن محبي الأفلام الكوميدية كانوا 6% وأفلام الحب كانت حصتها 26%، وأفلام الرعب كان معجبوها يشكلون 26% من مجموع الشباب الذين أجري عليهم الاستفتاء .وهذه النسب تدل على أن الشباب يفضلون أفلام العنف، إذ بإمكاننا أن نجمع النسبة المئوية لأفلام العنف مع النسبة المئوية لأفلام الرعب فنحصل على 68% من الشباب الذين يفضلون مشاهدة أفلام العنف. ولعل من أهم الآثار التي تخلفها المواد الإعلامية المستقاة من القنوات الفضائية هو تأثيرها على الهوية، إذ أن كثيراً مما تبثه هذه الفضائيات يأتي من الدول الأجنبية بكل ما تحمله من قيم ومفاهيم وأسلوب حياة، بل إن كثيراً مما ينتج ويقدم محلياً إنما هو صورة مكررة ومشوهة لما تقدمه الفضائيات الأجنبية، فهناك قنوات عربية لا تقدم إلا مواداً أجنبية بكل ما تحمله من تصورات ومفاهيم وقيم تختلف أو تتناقض في كثير من جوانبها مع مقومات الهوية التي يتبناها المتلقي للرسالة الإعلامية.

و إلى جانب هذا هناك التأثيرات السلوكية التي تخلفها القنوات الفضائية، فقد أصبح لها تأثيرات سلبية كما تشير إلى ذلك الإحصائيات والدراسات، ففي دراسة (البياتي 2006) أجاب 66% أنهم يرون أن للتلفزيون آثار سلبية على عادات وقيم الشبابه كما أجاب 3% أنه (التلفزيون) يؤدي إلى انتشار الجريمة، وأجاب 14% أنه يؤدي إلى الكسل والتراخي و2% إلى شيوع الرذيلة، وأجاب 22% بأن التلفزيون يؤثر سلباً على المستوى الدراسي، لكن 59% أجابوا بأن التلفزيون يتسبب في كل تلك الآثار السلبية، وفي سؤال آخر أجاب 80% إلى أنه يؤدي إلى شيوع الاستهلاك في حياة الفرد والأسرة، وفي إجابة أخرى ذكر 26,5% أن التلفزيون يشيع ظواهر الموضة وقص الشعر، وأجاب 9,5% أنهم يقلدون نجوم التمثيل والأفلام والمسلسلات في سلوكهم، وأجاب 8,5% أنهم يتأثرون بالمفردات والكلمات والألفاظ السلبية من خلال التلفزيون، وقد أجاب 55,5% بأنهم يعتقدون أن التلفزيون يؤدي إلى كل تلك الظواهر السلبية.

ومن التأثيرات السلبية الثقافية ـ التي تخلفها وسائل الإعلام ـ هو التأثير على اللغة العربية إذ تحولت هذه اللغة لدى بعض أبنائها غلى لغة (هجين) خليط من لغات شتى حتى أصبح كثير من طلاب المؤسسات الجامعية وطالباتها لا يحسن التعبير باللغة العربية أو الكتابة بها

و قد شعرت كثير من الدول بخطورة التأثير الثقافي على لغتها وثقافتها، فهذه وزيرة الثقافة اليونانية السابقة (ملينا ميركوري) تشتكي من مداهمة الثقافة الأمريكية، وفي فرنسا صرح وزير الثقافة (أنه خائف من وقوع الشعب الفرنسي ضحية الاستعمار الثقافي الأمريكي) بل إن رئيس وزراء كندا الأسبق (بيار ترودو) يشتكي من تأثير الثقافة الأمريكية عى الشعب الكندي علماً بأن كندا هي الأقرب ثقافياً إلى أمريكا بحكم الجوار الجغرافي.

و إذا كانت هذه هي الآثار السلبية للقنوات التلفزيونية الفضائية، فإن الجانب الآخر يجب ألا يغيب عن أي باحث، فلا شك أن للتلفزيون آثاراً إيجابية لعل من أبرزها دوره في زيادة مدركات المشاهد خاصة الأطفال أو الشباب حيث يتعرف هؤلاء على كم كبير من المعلومات والأفكار والآراء مما يوسع من إدراكهم، فالفضائيات تقدم كثيراً من المعلومات التي يمكن الاستفادة منها بل استخدامها في العملية التربوية، هذا إضافة إلى أن مشاهدة التلفزيون تزيد من قدرة الأطفال على التذكر والاستيعاب وتنمي لديهم الخيال والابتكار كما تسهم في بناء شخصيتهم من خلال إعطائهم حرية الاختيار والرقابة ا لذاتية وتعزز لديهم الاستقلالية والقدرة على إبداء الرأي والرغبة في الحوار من خلال محاكاة ما يقدم في التلفزيون.

أما تأثيره الإيجابي على المؤسسة التعليمية فإنه يختصر لها كثيراً مما تقدمه، فالبرامج التعليمية والتربوية التي تقدمها بعض الفضائيات يمكن أن تكون مصدراً معرفياً جيداً للعاملين والمؤسسة التعليمية، كما يمكن الاستفادة من المادة العلمية في العملية التعليمية واعتبار بعض البرامج العلمية والتربوية مرجعاً مفيداً للأساتذة والطلبة على السواء، لكن

ذلك كله مرتبط بحسن استخدام ما تقدمه الفضائيات، وبحسن التوجيه لمتلقي الرسالة الإعلامية من الطلاب والطالبات.

2:وسائل الإعلام التكنولوجية:

فتحت ثورة المعلومات عصراً جديداً للبشرية يقارن بعصر الثورة الصناعية التي غيرت كثيراً من أوجه النشاط الإنساني، وجاءت ثورة المعلومات لفتح آفاق جديدة للمعرفة والثقافة، وأصبح الإنسان قادراً على التواصل مع الآخر دون حواجز أو موانع، وتعددت مصادر المعرفة التي يمكن أن ترفع السوية الثقافية للمتعاملين معها، ولعل أبرز وسائل الاتصال الحديثة تأثيراً في ذلك هي الوسائل التقنية كشبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني (e.mail) والرسائل الهاتفية النصية (s.m.s.) التي تجاوز دورها كوسيلة للاتصال إلى مصدر من مصادر الثقافة والمعرفة، فشبكة الإنترنت أصبحت مصدراً مهماً للوصول إلى المعلومات سواء كانت معلومات متخصصة أم عامة، وسواء كانت مقروءة أم مسموعة أم مرئية، مع تيسير سرعة الوصول إلى المعلومة وسهولة الحصول عليها وتعدد هذه المعلومة، وتزداد المادة المطروحة على شبكة الإنترنت يوماً بعد يوم فهناك اليوم ملايين الكتب والدراسات والمقالات والأبحاث التي يمكن للإنسان الاستفادة منها بسهولة ويسر، وتجاوز الإنسان بذلك الجهد الكبير الذي كان يبذله للحصول على هذه المعلومة في وقت واحد ومكان واحد.

و إذا كان هذا شأن شبكة الإنترنت بصفة عامة، فإن استفادة الطلاب والطالبات ـ بصفة خاصة ـ تأتي في مقدمة المستفيدين منها، نظراً لحصولهم ـ في الغالب ـ على تأهيل وتدريب علمي يمكنهم من الاستفادة من هذه الشبكة بصورة جيدة وسهلة، كما أن مهاراتهم التقنية أكبر من غيرهم ممن لم يتوفر لهم حظ التعرف على هذه التقنية، وهذا م نجده في الفرق بين طلاب المؤسسات التربوية وعامة الناس بل وبعض آبائهم في استخدام شبكة الإنترنت، ففي دراسة حول استخدام الطلبة لشبكة الانترنت (العاني 2006) (25)أجاب 75.4% أنهم يستخدمون الشبكة لمدة تتراوح لبن 1ـ2 ساعة، بينما أجاب

17% أنهم يستخدمونها مبين 3ـ ساعات، وأجاب 3.8% انهم يستخدمونها أكثر من 5 ساعات، وفي دراسة أخرى (الحمود وآخرون 2007) (26)أجاب 26% أنهم يستخدمون شبكة الانترنت أقل من ساعة بينما أجاب 30% أنهم يستخدمونها ما بين 1ـ2 ساعة ,أجاب 26% انهم يستخدمونها مابين 2ـ4 ساعات، أما الذين يستخدمونها أكثر من 4 ساعات فإن نسبتهم تبلغ 18% ويلاحظ أن الذين يستخدمون شبكة الانترنت من الشباب لأكثر من ساعة تبلغ نسبتهم 74% مما يشير إلى أهمية ودور هذه الشبكة وتأثيرها في تكوين وعي الطلاب والطالبات، وقد ساعد على ذلك الانتشار الواسع لهذه الشبكة في الجامعات والمؤسسات والبيوت والمقاهي والأماكن العامة بحيث لم يعد هناك معوق يقف دون استخدام هذه الوسيلة التي أصبحت مصدراً للتثقيف العلمي والسياسي والاجتماعي والصحي والاقتصادي وغيرها من صور الثقافة التي يحتاجها الإنسان في حياته.

و لعل من مميزات شبكة الإنترنت هو انفتاحها على ثقافات العالم وتنوع محتواها مما يفتح آفاقاً واسعةً أمام المتعامل معها.

و تزداد أهمية شبكة الإنترنت من خلال استخدامها وسيلة للاتصال عبر البريد الإلكتروني (e.mail) أو بوابات التواصل بين المستخدمين للشبكة، وإذا كانت الشبكة الأم تضم معلومات لا يستطيع المتصفح لها تغيير المادة المعروضة أمامه، فإن البريد الإلكتروني يحقق تلك الرغبة للتعامل معها من خلال ما يرسله من معلومات أو مواد علمية أو ثقافية عامة أو رسائل شخصية أو صور أو ملفات مسموعة أو مرئية أو غيرها من المواد، ومما ساعد على ذلك أن مزايا استخدام البريد الإلكتروني سهلة ورخيصة ؛ فالمتعامل لن يضطر إلى مراعاة فروق التوقيت أو المسافات الجغرافية، كما أن الاستخدام أقل تكلفةً وأقل جهداً ؛ فهي لا تحتاج إلى التعامل مع مكان معين أو شخص بعينه، كما أن حجم ما يتم إرساله ليس محدوداً بل يمكن استخدام أعداد كثيرة من الرسائل والمعلومات لإرسالها وفقاً للطاقة الاستيعابية للبريد الإلكتروني، ولقد أحدث البريد

الإلكتروني ثورة في العملية التعليمية، فقد أصبح وسيطاً بين الأساتذة والطلاب والطالبات حيث يمكن التواصل بينهم لإرسال الواجبات الدراسية أو التكليفات أو تقديم الأسئلة وتلقي الردود عليها، أو حتى لاستخدام البريد الإلكتروني أو شبكة الإنترنت ـ بصفة عامة ـ للتواصل بين المجموعات خلال الدروس (الإلكترونية) أو الساعات المكتبية، كما أن الشبكة يسّرت للطالب والطالبة التسجيل في المساقات الدراسية (لطلبة الجامعات) أو تغييرها أو تقديم الامتحانات غير المباشرة وتلقي نتائج الامتحان أو غيرها من أشكال التواصل غير المباشر، وإذا كان هذا شأن الطلاب والطالبات فإن أعضاء هيئة التدريس أكثر استفادةً وذلك في تواصلهم مع طلابهم أو مع الإدارات المختلفة في المؤسسة الجامعية أو التواصل مع زملائهم في الجامعات والمعاهد والمؤسسات المختلفة.

لقد أحدثت شبكة المعلومات (الإنترنت) "نقلة مهمة في آليات التعليم والتعلم، فهي تعمل على توفير الخدمات التربوية بصورة أسرع وبتكلفة أقل، هذه المكاسب تعود إلى إعادة النظر في فلسفة العمل التربوي ومناهجه وآلياته، والعمل على دمج قواعد المعلومات التربوية وتكاملها.

كما أنها تطور نظام الإدارة التربوية والمدرسية (School Governance) وتعمل على إيجاد علاقة جديدة بين العاملين في الحقل التربوي وبعضهم البعض من جانب، وبينهم وبين الشركاء التربويين والمستفيدين من الخدمات التربوية من جانب آخر (27).

و بفضل هذا(الشبكة) " فقد ظهرت اليوم بوادر نقل الثقافة من جيل إلى جيل آخر بدون استخدام الورق. ولدى البحث في الإنترنت يجد القارئ مواد كثيرة تحت عنوان صفوف بلا أوراق (Paperless Classroom)، وفي هذا الخصوص تشير كمبن (Campen,2004) إلى مثل هذا التطور التكنولوجي من حيث أن استخدام التكنولوجيا المتقدمة أوجد صفوفاً دون أوراق. فالمحاضرات تُلقى والواجبات البيتية

تُؤدّى، والامتحانات تجرى جميعاً على الآلة المبرمجة بدون استخدام الأوراق، ويحصل الأساتذة على التغذية الراجعة المباشرة من الطلاب ويزودونهم بنتائجهم على الآلة المبرمجة مباشرة دون استخدام الأوراق. وهم يقتصدون في الكثير من الوقت الذي كان يصرف في تسجيل المحاضرة على الأوراق. كما أن المحاضرة يتم إعدادها باستخدام الباور بوينت (Power Point) على الآلة المبرمجة مع الكثير من الصور والرسوم البيانية التي تثير الدافعية لدى الطلاب، والتي تمكّن الطلاب من تركيز انتباههم دون مشتتات ودون الحاجة إلى صرف جهود من أجل تسجيل الملاحظات، إذ يرسل المحاضر فحوى محاضرته إلى بريد الطلاب الإلكتروني. كما يحصل الذين لا يستطيعون الحضور إلى الدرس على كامل المحاضرة بوساطة الإنترنت. ولا تطلب بعض المدارس التي تطبق نظام التدريس بدون أوراق شراء الكتب الدراسية، وبدلاً من ذلك تقدم كل شيء على الإنترنت.

و بجانب ذلك يجمع بعض الأساتذة بين الصفوف التي دون أوراق والطريقة الكلاسيكية التي تستخدم فيها الأوراق في أداو الامتحانات والواجبات البيتية فقط، وتبرز جوانب إيجابية عديدة للصفوف التي بدون أوراق، ويزداد اهتمام الطلاب ويصل إلى الذروة باستخدام التكنولوجيا المتقدمة، ويحصل الطلاب على درجاتهم في الامتحانات والواجبات البيتية مباشرة دون أي تأخير، ويوفر استخدام الآلة المبرمجة للأساتذة الوقت للانشغال بأمور أكثر أهمية "(28).

و إذا كانت هذه الاستخدامات تتم من خلال شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني فإن البريد الإلكتروني أصبح مصدراً للتثقيف العام بما يتلقاه الطلاب والطالبات من رسائل متعددة المصادر، فبين مقالة ورسالة وحكمة وموقع وخبر ومعلومة صحية أو اجتماعية أو تربوية أو غيرها تتواصل الرسائل الإلكترونية مقدم خدمة تثقيفية واسعة على الرغم من الآثار السلبية التي يمكن أن تخلفها بعض الرسائل التي تصل على البريد الإلكتروني كالرسائل الإعلانية أو الرسائل الخادعة باسم الكسب السريع أو الثراء

المالي، أو الرسائل غير الأخلاقية أو الأخبار الكاذبة أو الإشاعات أو غيرها من الطرق السيئة لاستخدام هـذه الوسيلة التقنية،

فقد ذكر موقع عالم التقنية الإلكتروني نقلا التقارير التي نشرها مؤخراً موقع فيريس (29) أن أكثر مـن 45% من رسائل البريد الإلكتروني ما هي إلا عبارة عن رسـائل دعائيـة (spam) يـتم إرسـالها إلى مـستخدمي البريد الإلكتروني حول العالم دون استئذان. وتتسبب هذه الرسائل حسب الموقع بخسائر سنوية بمئات الملايين من الدولارات رغم كافة المحاولات للتصدي لها ووضع العقبات في طريق وصولها إلى صناديق البريد، والمشكلة الأكبر هي أن تلك الرسـائل تـصل أيـضاً إلى الأطفـال والكثـير منهـا يـضم محتـوىً لـه ضرر كبـير عـلى الأطفـال واليافعين، في هذا الإطار قامت شركة (سيمانتك)العاملة في ميدان حماية البيانات بإجراء استطلاع للـرأي بغيـة التعرف على مدى الأخطار التي تشكلها تلك الرسائل على الأطفال وموقف الأطفال مـن تلـك الرسـائل وكيفيـة التعامـل معهـا. وقـد أظهـر الاسـتطلاع أن مانـسبته 80% مـن الأطفـال الـذين يـستخدمون البريـد الإلكـتروني يستقبلون رسائل بريد إلكتروني دعائية كل يوم وبخاصة خلال فترات العطلة حيث يقضي الأطفـال الكثـير مـن الوقت في تصفح الإنترنت. وبعض تلـك الرسـائل تتـضمن محتـوىً لا ينبغـي علـيهم أن يطلعـوا عليـه، وشـمل الاستطلاع 1000 شخصاً تتراوح أعمارهم ما بـين 7 و18 عامـاً وتـصرق لـبعض المواضـيع التـي تتعلـق بتجـارب الأطفال مع الرسائل الدعائية وموقفهم من تلك الرسائل. وعنـدما سـئل مـن شـملهم الاسـتطلاع عـن طبيعـة الرسائل التي تصلهم، أشار 80% منهم إلى أنهم يستقبلون رسائل تدعو للمشاركة بمسابقات وسحوبات معنونة بعناوين رنانة مثل "اربح وحدة بلاي ستيشن2" أو "اربح رحلة إلى هاواي مدفوعـة لتكـاليف". و62% مـنهم يتلقون رسائل تتعلق ببناء علاقات الصداقة والدردشة عبر الإنترنت تحمـل عنـاوين مثـل "تعـرف عـلى أجمـل الفتيـات عـبر شـبكة الإنترنـت". أمـا 61% مـنهم فأشـاروا إلى تلقـيهم رسـائل تـروّج لبـضائع وسـلع تجاريـة و55% تلقـوا رسـائل دعائيـة لمنتجـات التخـسيس والحميـة تحمـل عنـاوين مثـل "تخلـص مـن 15 باونـد

من وزنك خلال يومين فقط"، و51% أيضاً تلقوا رسائل تروّج لمنتجات ومستحضرات دوائية كالفياغرا وغيرها. و47% تلقوا رسائل تحمل وصلات إلى مواقع إباحية تضم صوراً وأفلاماً لا يجب أن يطّلعوا عليها، والمشكلة تكمن في أن معظم الأطفال لا يتجاهلون تلك الرسائل ويفتحونها مدفوعين بالفضول الذي تحركه لديهم العناوين الرنانة لتلك الرسائل، ووفقاً للاستطلاع يقوم واحد من كل خمسة من هؤلاء الأطفال (ما يقارب 21%) بفتح تلك الرسائل والقيام الكثير من هؤلاء الأطفال بالطبع ينزعجون من تلك الرسائل ولا يناقشون الموضوع مع أهاليهم، وقد أشار 51% من هؤلاء في الاستطلاع إلى أن هذه الرسائل تزعجهم، إلا أن 13% منهم أشاروا إلى أن مثل تلك الرسائل تثير فضولهم ويطلعون عليها، وحتى عندما يطلعون على محتوى تلك الرسائل فإن 38% منهم لا يطلعون أهاليهم على ذلك، ومن ناحية أخرى أشار الاستطلاع المذكور إلى أن الكثير من الأطفال ليس لديهم فكرة وافية عن ماهية تلك الرسائل، كما أن واحد من كل ثلاثة لا يعلمون ما إذا كانت تلك الرسائل مفيدة لهم أم لا، وما إذا كان ينبغي علبهم فتحها أم لا. إضافة لذلك، هناك 22 % من المشاركين في الاستطلاع أشاروا إلى أن أهاليهم لم يناقشوا معهم مسألة البريد الإلكتروني أو أية تعليمات مرتبطة بتلك الرسائل فيما يتعلق بطرق التعامل مع الرسائل الدعائية غير المرغوبة.

وأشارت نتائج الاستطلاع إلى أن معظم الأطفال يملكون عناوين بريد إلكتروني خاصة بهم، كما أن أكثر من 50 % منهم يتفقدون بريدهم الإلكتروني باستمرار دون أي رقابة من أهاليهم، حتى أن 76% من هؤلاء يملكون أكثر من عنوان بريد إلكتروني واحد. وعندما سئل هؤلاء الأطفال الذين شاركوا في الاستطلاع عن عدد المرات التي يتفقدون فيها بريدهم أشار 72 % منهم إلى أنهم يتفقدونه عدة مرات كل يوم. وعند ما سئلوا عما إذا كانوا يتفقدونه بحضور أحد الوالدين، أشار أكثر من 30% منهم إلى أنهم لا يولون ذلك أي اهتمام، كما أن 16% منهم أعربوا عن عدم رغبتهم في إطلاع أهاليهم على الرسائل التي تصل إلى بريدهم الإلكتروني. ولما تم سؤالهم ما إذا كانوا يستأذنون

أهاليهم عندما يريدون إعطاء عنوان بريدهم الإلكتروني لأحد الأصدقاء أو أحد مواقع الإنترنت فقد أجاب 46% منهم بـ"لا".

الدراسة التي أجرتها (سيمانتك) أظهرت أن الأطفال يدخلون إلى الإنترنت بكثافة أكبر خلال أشهر الصيف بعد أن تغلق المدارس أبوابها. وعندما تم سؤالهم عن عدد الساعات التي يقضونها في تصفح الإنترنت، أشار 44% منهم إلى أنهم يستخدمون الإنترنت لمدة ساعتين تقريباً كل يوم. أما الذين يستخدمون الإنترنت لأكثر من ساعتين في اليوم فوصلت نسبتهم إلى 23%. وأشار 75% من هؤلاء الذين يقضون أكثر من ساعتين في اليوم في استخدام الإنترنت إلى أن معظم هذا الوقت يقضونه في قراءة وإرسال البريد الإلكتروني.

وإذا كان هذا حال الأطفال، ذووا المهارات التقنية المحدودة فكيف بالطلاب والطالبات الذين ليهم مهارات متقدمة في استخدام التكنولوجيا ؟!!.

لكن أخطر التأثيرات على مستخدمي البريد الإلكتروني هي الرسائل والاستخدامات غير الأخلاقية، ففي تقرير(30) أجري على طلاب المدارس في بريطانيا تبين أن واحداً على الأقل من كل 10 قد استخدم رسائل البريد الإلكتروني أو الرسائل الهاتفية النصية في التهكم على الآخرين. ويقول تقرير بثته إذاعة بي بي سي 5 -إنه تصعب مواجهة أو منع الاستخدام المسيء لمثل تلك الوسائل الحديثة حتى على الآباء والجمعيات المهتمة وفي المدارس.

لكن هذه السلبيات والمخاطر لا يمكن أن تقف عائقاً دون الاستخدام الأمثل لشبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني خاصة إذا خضعت هذه الشبكة لمراجعة وتنقية من الجهات المشرفة على تقديم الخدمة.

و من وسائل التثقيف العامة لدى طلاب المؤسسات التربوية والتعليمة وطالباتها، الرسائل الهاتفية النصية (s.m.s.)، فقد وفرت هذه الخدمة الإلكترونية وسيلة سهلة

وبسيطة للتواصل بين الناس، وقد زاد الإقبال عليها في السنوات الأخيرة كوسيلة تثقيفية أيضاً إذ تصل رسائل من مصادر عامة كالمؤسسات التعليمية والمؤسسات الحكومية والشركات وغيرها معرّفة بنشاطها أو برامجها أو أخبارها، كما تصل رسائل شخصية مباشرة كالرسائل التي يتبادلها الناس يوم الجمعة والمناسبات تحمل توجيهات دينية أو أدعية أو حث على أداء فريضة أو نهي عن سلوك سيء أو غير ذلك من الرسائل القصيرة التي أصبح لها تأثير واضح على متلقيها، وقد تستعمل هذه الرسائل كذلك في المناسبات العامة أو الخاصة كالتهنئة بحلول شهر رمضان أو العيدين أو التهنئة بالمناسبات الخاصة كالزواج والنجاح والسفر وغيرها، كما تتضمن بعض الرسائل تعريف بالأنشطة التي تقوم بها المؤسسات التعليمية كالمحاضرات العامة والندوات والمؤتمرات وغيرها مما يشكل مصدراً تثقيفياً جديداً بدأ يلج إلى ساحة المؤسسات التعليمية، كما يمكن الاستفادة تربويا من هذه الوسائل .

ثالثاً: وسائل الإعلام الورقية:

تمثل الصحافة أ والإعلام الورقي أو الإعلام المقروء الضلع الثالث في مثلث مصادر الثقافة الإعلامية، فمنذ اخترع جوتنبرغ عام (1436 ـ 1438هـ) المطبعة شهد العالم تحوّلاً واسعاً في هذا المجال، إذ ازداد عدد المطبوعات واتسع انتشارها وتكررت نسخها وتوفرت لكل من يطلبها، وقد عرف العرب المطبعة أول مرة عام 1734 م في لبنان ثم جاء نابليون بحملته الشهيرة حاملاً المطبعة معه إلى مصر عام 1798 م، ثم انطلقت مسيرتها بعد ذلك في كافة البلاد العربية لتسهم في إيجاد نهضة ثقافية واسعة كان للإعلام نصيب فيها، حيث انتشرت الصحف والمجلات في البلاد العربية وتطورت مع تطور الآلة حتى أصبحت صورة جديدة عما كانت عليه الصحافة عند بدايتها، سواء كان ذلك من حيث المحتوى أم الشكل أم الأدوات المستخدمة في ذلك، والإعلام الورقي من صحافة ومجلات، هي من أقل وسائل الثقافة الإعلامية تأثيراً على جيل لشباب وخاصة من كان منهم في المراحل التعليمية، إذ أن اهتمامهم بالشأن العام الذي ـ هو محور ما

تدور عليه الصحافة ـ قليل، ولذا فإن اهتمامهم يتجه ـ غالباً ـ إلى الصحافة المجتمعية أو المرتبطة بالقضايا التي تهتم الشباب في هذه المرحلة من العمر مثل المجلات الاجتماعية والفنية ـ وخاصة بالنسبة للفتيات ـ أو المجلات الرياضية ومجلات السيارات والأجهزة الإلكترونية وغيرها ـ بالنسبة للفتيان ـ وهذا ما تشير إليه الدراسات المتخصصة، ففي دراسة (وطفة) أشار إلى أن 20% فقط من الشباب يقرأون الصحف يوميا، و28% يقرأونها أكثر من مرة أسبوعياً، و14% يقرأونها شهرياً، و31% يقرأونها عرضياً، أما 5,9% فلم يبدوا رأيهم(31).

و في دراسة أخرى(المحمود وآخرون 2007) (31) فقد أشارت الدراسة إلى أن 34% من شباب الخليج العربي يتابعون الصحف اليومية و61% يتابعونها أحياناً و5% لا يتابعونها !!

لكن النتيجة الأخرى تبين السبب في عدم متابعة الشباب للصحف اليومية، إذ أجاب 5% فقط!! ممن تم استقصاء آرائهم بأنهم يصدقون أو يؤمنون بما يقرأونه في الصحيفة اليومية، بينما أجاب 89% بأنهم يصدقون ذلك أحياناً، أما 6% فإنهم لا يصدقون ولا يؤمنون بما في الصحف اليومية، وهذه نتيجة تبين السبب في قلة إقبال الشباب ـ خاصة الطلاب والطالبات ـ على متابعة الصحف اليومية، كما يبين مدى تأثير ذلك على تكوين الثقافة الإعلامية لديهم.

تكامل أم تناقض ؟

لا شك أن العلاقة بين الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية ستبقى قضية مجتمعية عامة وميداناً للدراسات والبحوث المتخصصة، لما لهذه المسألة من علاقة مباشرة بالمجتمع والحياة ولما لها من تأثير مباشر كذلك على العملية التعليمية والتربوية لا في داخل المؤسسات التعليمية فقط بل على كافة المؤسسات التربوية بدءاً من الأسرة وانتهاءً بالمجتمع الذي يسهم إسهاماً كبيراً في العملية التربوية.

لقد\ انشغلت المؤسسات البحثية والمعنية بالتربية ـ خاصة ـ بعدد من الأنشطة التي تعنى بذلك فبين مؤتمر وندوة ودراسة وحوار التقت جميعها على أن العلاقة بين الطرفين ليست تكاملية كما أنها ليست تناقض كذلك، بل إن العلاقة تعتريها كثير من المؤثرات والأسباب التي تجعل هذه العلاقة ليست كما يجب أن تكون عليه (التكامل) وليست كما توصف (التناقض)، لقد بدا واضحاً في كثير من الأنشطة التي تبحث في طبيعة العلاقة سعة الهوة التي تفرق بين الفريقين، فالتربويون ينظرون إلى الإعلام باعتباره قوة مؤثرة في العملية التعليمية من خلال ما تحتويه المادة الإعلامية التي تبثها أجهزة الإعلام، ووصلت العلاقة بينهم وبين الإعلاميين إلى التناقض أو الدعوة إلى القطيعة إذ ما يزال كثير من التربويين يحذرون من الآثار التي تخلفها وسائل الإعلام على الطلاب والطالبات وعلى العملية التربوية بمجملها.

و هم بذلك يؤسسون لعلاقة القطيعة، مع ما لهذه العلاقة من أثر سلبي على الطلاب والطالبات الذين سريعاً ما يلتقون بالإعلام حال مغادرتهم المؤسسة التعليمية إذ تتلقاهم أجهزة التلفزيون عند دخولهم منازلهم وتجرهم منتديات الدردشة على شبكة الإنترنت إليها في جلسات تمتد لساعات طويلة، ثم ما يلبث الطالب أو الطالبة أن يعود في اليوم التالي إلى مؤسسته التعليمية ليتلقى سيل النقد والتوبيخ لوسائل الإعلام، مما يجعله يعيش حالة من الانفصام النكد الذي يؤثر سلباً في علاقته بكلا الجهتين خاصة حين تتغلب الرؤى التربوية ـ وهذا ما يحدث غالباً ـ في رسم صورة الثقافة الإعلامية، فينتقل الفرد من التصرف الطبيعي في علاقته بوسائل الإعلام إلى رؤية جديدة يتجاذبها طرفان ؛ إما الرفض المطلق لكل ما يقدم في الوسيلة الإعلامية أو الانغماس المطلق في ما تقدمه هذه الوسيلة، ولعل مرجع ذلك غياب الروح النقدية المتوازنة، إذ أن التربويين غالباً ما ينظرون إلى الإعلام من خلال ما تقدمه شريحة محددة فيه، وهي القنوات الفضائية التي لا تضع ضوابط لمحتواها الإعلامي، أو حتى من خلال بعض البرامج التي تقدم في قنوات تتسم بالتوازن والاعتدال، لكنها في بعض برامجها تفقد هذا الاعتدال!! فسريعاً ما

تتجه نحو البرامج الهابطة أو غير ذات مردود تربوي إيجابي، إن غياب نظرة التوازن في التعامل مع الوسيلة الإعلامية قد يدفع بالجيل الجديد إلى مواقف متطرفة ومتشددة أو منحلة ومنحرفة.

إن عودة العلاقة إلى صورتها الطبيعية بين المؤسستين سيجنب الأوطان كثيراً من المشكلات الاجتماعية والفكرية، بل سيرفد المجتمع بعدد من البرامج التي تخدمه وتعمل على تطويره " فقد قامت عديد التجارب في العديد من البلدان لتوظيف وسائل الإعلام في خدمة أغراض تربويّة محدّدة. وحظيت هذه التجارب أحيانا بدعم من قبل بعض المنظمات الإقليمية والدوليّة. وهكذا تمّ استغلال وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية والبصرية في خدمة حملات منظمة لمحو الأميّة. كما انتظمت حملات مشابهة لفائدة المجتمعات القرويّة أو الريفيّة وغيرها. وتمّ توظيف وسائل الإعلام أيضا في خدمة التربية الصحية والغذائية أو في خدمة الإرشاد الفلاحي أو في خدمة أغراض تنموية أخرى.

وبالرغم من هذه الاستعمالات المتعدّدة والمتنوّعة لوسائل الإعلام في خدمة أغراض تربويّة، فإنّ الجدل بقي قائما بين المربين والدارسين حول الجدوى الفعلية لوسائل الإعلام في العملية التربويّة.

وبقي التساؤل قائما حول مدى تجانس أو تناقض المؤسستين التربويّة والإعلاميّة. على أنّ طرح الإشكاليات المتعلّقة بالعلاقة بين المؤسسة التربويّة ووسائل الإعلام أصبحت تفرض ذاتها في الوقت الراهن، فقد أحدثت الثورة التكنولوجيّة في مجال الإعلام والاتصال تحوّلا جذريا في طبيعة العلاقة بين التربية والإعلام.

ويتمثل هذا التحوّل في استعمالات المؤسسة التربويّة للتقنيات الجديدة للإعلام والاتّصال كأدوات بيداغوجيّة لإكساب عملية تبليغ المعرفة مزيدا من النجاعة، كما أنّ وسائل الإعلام أصبحت في حدّ ذاتها محورا للعمليّة وضمن برامج التعليم في المدرسة(33).

أما الإشكالية الثانية التي تبدو في العلاقة بين الطرفين أن هناك حالة من الانبهار بوسائل الإعلام وتأثيراتها إذ أن التطور السريع والمتنامي لأجهزة الإعلام وتنوعه محتواها وتعدد مضمون رسالتها الإعلامية جعلها أكثر قرباً من الإنسان بل أكثر تأثيراً، خاصة وأنها تستخدم مؤثرات عدة على حواس الإنسان بين السمع والبصر والإدراك بالعين الباصرة، كما أن صفة التشويق تجعل من الوسيلة الإعلامي أكثر جذباً وأكثر تأثيراً كذلك.

إلا أن الملاحظ أن طبيعة العصر وسرعة التغيير التي فرضت نفسها على الوسيلة الإعلامية جعلت من أثر هذه الوسيلة، أثرا قصير المدى، فالتأثير الإعلامي في تكوين اتجاهات للرأي العام لم يعد كما كان عليه قبل عشر سنوات مثلاً، فالمعلومة أو التحليل أو الخبر أو حتى المضمون الثقافي الذي تحمله الوسيلة الإعلامية سريعاً ما يتغير لا بسبب مصداقيتها فقط بل بسبب تعدد هذه الوسيلة، فالخبر الذي تأتي به صحيفة أو مجلة قد تنقضه أو تكذبه صحيفة أخرى، والتحليل الذي تعرضه قناة فضائية يخالفه تحليل آخر في قناة أخرى، ولا يثبت في ذهن المتلقي للرسالة الإعلامية كحقائق ثابتة إلا تلك المعلومات الوثائقية أو الأخبار القطعية، وبذلك فإن تأثير الثقافة الإعلامية ـ بصفة عامة ـ ليست تأثيراً ثابتاً بل هو متغير، أما الثقافة التربوية فهي أبطأ من حيث تأثيرها لكنها أكثر استقراراً وثباتاً خاصة وأن عمليات التغيير في العملية التربوية ـ بطبيعتها ـ بطيئة وذات مدى زمني طويل مما يجعل منها ـ في الغالب ـ مرجعية ثابتة للإنسان بدءاً من مراحله التعليمية الأولى وامتداداً إلى نهاية حياته، ولذلك فإن كثيراً من الطلاب والطالبات كثيراً ما يطرحون أسئلة على معلميهم عما تلقوه من الوسيلة الإعلامية، ومدى صواب ذلك من خطئه، لكن الثقافة التربوية ذات مصادر محدودة بينما تتسع دائرة الثقافة الإعلامية يوماً بعد يوم وتتعدد صورها وأشكالها.

الهوامش

1. رضا، أنور طاهر:الثقافة: سباق الورقة والشاشة ـ ص 26.
2. رواه أحمد في مسندة.
3. انظر: رضا ـ مصدر سابق ص 24.
4. رواه الإمام أحمد في مسندة.
5. رواه الترمذي وأحمد.
6. أخرجه البيهقي.
7. الصالح، محمد ـ الطفل في الشريعة الإسلامية ـ ص 214
8. الأحزاب ـ 21
9. الأنعام ـ الآية 90
10. ديوان أبو العلاء المعري.
11. CHANDLER, B, J. AND OTHERS EDUCATION AND NEW TEACHER, DODD MEAD COMPANY N.Y. TORENTO 1971
12. يوسف، عبد القادر "مشكلات إعداد المعلم وتدريبه أثناء الخدمة" – الكويت ذات السلاسل 1987م – ص 67
13. الغزالي، أبوحامد – إحياء علوم الدين – ج3 - ص52
14. الصالح، محمد ـ ا الطفل في الشريعة الإسلامية ـ ص 214
15. LASKA, JOHN A. SCHOOLING AND EDUCATION VOUD NOSTRAND COMPANY N.Y 1976, P.111

16. العاني، وجيهة ثابت ـ اهتمامات الشباب الثقافية المعاصرة ـ مؤتمر الأطفال والشباب في مدن الشرق الأوسط وشمال أفريقيا- التصدى لتحديات التعليم دبي 16-18 مايو 2005م ـ

17. حواس، محمود ـ العالم العربي والأمية الثقافية ص5س

18. الرشدان، عبدالله وجعنيني، نعيم ـ المدخل إلى التربية والتعليم ص 286

19. رواه البخاري ومسلم.

20. رواه الترمذي.

21. الحمود، مشاري وآخرون ـ اتجاهات الشباب الخليجي نحو وسائل الاعلام ـ منتدى التنمية الخليجي ـ 7 فبراير2007م

22. مجلة البيان ـ عدد رقم 189

23. البياتي، ياسر خضير ـ التأثيرات الإجتماعية المحتملة للتلفزيون على الشباب ـ مجلة شؤون اجتماعية ـ عدد90 ص133

24. جريدة الجزيرة السعودية بتاريخ 11 شوال1424 هـ

25. العاني ـ مصدر سابق

26. الحمود وآخرون ـ مصدر سابق

27. مكتب التربية ـ التعليم والحكومة الالكترونية ص30

28. رضا ـ مصدر سابق ـ ص84

29. www.ferris.com

30. مجلة العالم الرقمي (الإلكترونية) عدد 160 بتاريخ 30 إبريل 2006

31. وطفة، علي ـ موقف الشباب من وسائل الإعلام ـ مجلة شؤون اجتماعية ـ العدد49

32. الحمود وآخرون ـ مصدر سابق

33. حمــــدان، محمــــد- العلاقـــة بـــين الإعـــلام والتربيـــة في الـــوطن العـــربي ـ ص3

الفصل العاشر

دور الإعلام في تربية الأطفال

الفصل العاشر

دور الإعلام في تربية الأطفال

في الوقت الذي حرص فيه الإسلام عى الاهتمام بالطفولة ورعاية الصغار وشرع لهم من الحقوق ما يضمن لهم تربية متوازنة وصحة مستقرة، فان واقع الطفولة في البلدان العربية والإسلامية مازال في ذيل قائمة الاهتمامات.

المشكلة تنبع من ضعف الوعي بالقضية وما ترتب عليها من عدم توفير الموارد البشرية والمالية اللازمة. نعم تم توفير التعليم للصغار لكن أساليب التعليم متخلفة وأدواته مفتقده ومعلموه هم أضعف الفئات. وشأن الطفولة ليس قاصرا على التعليم - رغم أهميته القصوى - لكنه يشمل رعاية شاملة عقلية ونفسية واجتماعية وثقافية وصحية وتربوية بحيث يشب الطفل سويا واعيا لدوره متحملا مسؤولية نفسه.

كنت أعتزم إصدار مجلة للأطفال بعد إصدارنا لمجلة الأسرة (المرأة على وجه الخصوص) لقناعتي بأهمية مجلة الطفل ودورها الثقافي والتربوي وحتى الترفيهي عندما عرضت الامر لأحد المسؤولين بالمؤسسة ذات العلاقة بالمجلة منتظرا دعمه وتأييده فاجأني – وهو المثقف الواعي وذو الخلفية الاسلامية – بقولة: بدل من أن نتطور ونصدر مجلة فكرية ودعوية مثل المجلة العلانية تريدنا أن ننزل للأسفل ونصدر مجلة للأطفال ؟!! لقد زلزلني الرد، ليست المشكلة في اختلاف الآراء حول قضية أو مشروع لكن الطامة أن بعض مسؤولي المؤسسات الدعوية والخيرية يفتقدون الوعي بأهمية الطفولة ودور الاعلام في تربية الناشئة والذين هم رجال ونساء الغد.

"لقد وعت الأمم المتقدمة في عصرنا الحديث، ما للطفولة من مكانة سامية، لأنّ المستقبل لا يقوم إلا على أكتاف صغار الحاضر، عندما يكبرون ويتقلّدون دفة الحياة ومقاليدها. وهذا الوعي واضح بيّن، ترشد إليه غزارة الإنتاج الموجّه للطفل أو المتعلق

بالطفل من أحد الجوانب، لا سيما في مجال التربية التي تصب حتماً في خانة أهداف تلك الأمم وما تسعى إليه"[1]

"أما الأطفال فهم شريحة متحركة، متغيرة، نامية، متفاوتة الأعمال والشخصيات والملامح، كانت النظرة لهم فيما مضى أنهم (الرجال الصغار) و(نساء صغيرات)... وقد أفسد ذلك المفهوم أمورا كثيرة في مجال تربيتهم وتثقيفهم.لذا كان الاعتراف بوجود (الطفل) انجازا كبيرا. وعندما تنبه الناس الى خطأ ذلك، وان الاطفال ينتمون الى عالم اخر غير عالم الكبار، بدا الاهتمام بادب الطفل وفنه وحقوقه وتربيته، وما الى ذلك، وادركنا ان للطفل لغة خاصة به، وسلوكا معينا له، يتصرف به من خلال قدراته"[2].

الطفولة

تعريفها:

هي المرحلة من الولادة حتى البلوغ، قال تعالى "والطفل الذين لم يظهروا على عورات النساء"[3] وقال"وإذا بلغ الأطفال منكم الحلم فليستأذنوا كما استأذن الذين من قبلهم"[4]

أهميتها:

- مرحلة غرز المفاهيم والمبادئ والثقافات الأساسية
- الحاجة للعناية والاهتمام كي يشب الطفل سويا

---

1 د. طارق البكري مجلات الاطفال في الكويت
2 عبدالتواب يوسف، تنمية ثقافة الطفل
3 النور 31
4 النور 59

- مرحلة الضعف والاعتماد على الكبير

- الطفولة مرحلة البناء الأساسية

مراحلها:

- المهد: من الولادة حتى الفطام
- المبكرة: 3-5 سنوات
- المتوسطة: 6-11 سنة (التمييز)
- المتأخرة: 12-15 سنة (البلوغ)

الإسلام والطفولة:

اهتم الاسلام بالطفولة وشرع الاحكام التي تضمن حقوقهم ومنها:

أ- حق الطفل بالحياة

- تحريم قتل المولود (تحريم الإجهاض)
- تأخير حد القتل أو الرجم في الزنية حتى تضع حملها
- احتضان اللقطاء

ب- الجنة لمن مات له ولد وصبر واحتسب

ت زيادة الحسنات للوالدين بعد موتهما بدعاء الولد

ث استحباب الإنجاب "تزوجوا الودود الولود"

ج- البنات ستر من النار إذا أحسن لهن الولدين

ح- ربطه بالتوصية منذ الولادة "الأذان في أذن المولود"

خ- التسمية المحببة الجميلة

د- العقيقة عند الولادة

ذ- الختان للصحة الجنسية

ر- وجوب التأديب والحض على التعليم

ز- كفل حقه بالحضانة والإرضاع "والوالدات يرضعن أولادهن حولين كاملين"[1]

س- أوجب له النفقة والسكن والكسوة "وعلى المولود له رزقهن وكسوتهن بالمعروف"[2]

ش- جعل الأبناء من أسباب السعادة "والذين يقولون ربنا هب لنا من أزواجنا وذرياتنا قرة أعين"[3]

ص- كفل لهم حق الترويح والمرح

ض- اهتم المسلمون بالطفل والتزمو أوامر الـلـه فيه فعلموه القراءة في الكتاب وحفظوه القرآن في المسجد ثم أقاموا المدارس النظامية وأوقفوا عليها الأموال لتعليم الصبيان

المؤثرات (التربوية) على الطفل

المنزل

يلعب المنزل دورا رئيسيا في تربية الطفل حيث الدين يتم تلقينه من الاسرة (الوالدين بشكل خاص) كما قال صلى الـلـه عليه وسلم " فأبواه يهودانه أو ينصرانه " لذا

---

1 البقرة 233

2 البقرة 233

3 الفرقان74

تلعب ثقافة الوالدين وتربيتهما المسبقة وخبرتهما في الحياة دورا رئيسيا في توجيه الطفل. ان الكثير من العادات والأخلاق والمفاهيم والأفكار يكتسبها الطفل من والديه. بالطبع هناك عوامل اخرى ذات صله في نوعية الثقافة التي يتلقاها الطفل من والديه مثل حجم الأسرة والوقت الذي يقضيه الوالدان مع الطفل ومدى المتابعة والرقابه لأنشطته اضافة الى الوالدين فان الأخوة وباقي أفراد العائلة – ان وجدوا – لهم تأثير أيضا على الطفل.

وكلما كبر الطفل واحتك بالمجتمع حوله فان تأثير الأسرة يقل الى درجة الاضمحلال عندما يتجاوز مرحلة المراهقة، ورغم ان عملية التلقين للطفل والتأثير عليه من الوالدين عادة ما تكون سلسلة مباشرة ومن خلال التقليد أحيانا الا أنه قد تكون العملية تفاعلية فقد يعترض الطفل ويناقش حتى يصل لمرحلة الاستسلام والقناعة وهي ليست صعبه.

ويمكن تصنيف التأثير المنزلي على لطفل بأنه يتفاوت بين المتوسط والعالي بحسب العوامل المذكورة سابقا.

"الأسرة أول المؤسسة يتعامل معها الطفل من مؤسسات المجتمع، وهي البيئة الثقافية التي يكتسب منها الطفل لغته وقيمه، وتؤثر في تكوينه الجسمي والنفسي والاجتماعي والعقائدي، فالأسرة مسئولة عن حفظ النوع الإنساني، وتوفير الأمن والطمأنينة للطفل، وتنشئته تنشئة ثقافية تتلاءم مع مجتمعه وتحقق له التكييف الاجتماعي.

وتقوم الأسرة بغرس آداب السلوك المرغوب فيه وتعويد الطفل على السلوك وفق أخلاقيات المجتمع، أي أن الأسرة تقوم بعملية التطبع الاجتماعي للطفل باعتبارها ـ كمؤسسة اجتماعية ـ تمثل الجماعة الأولى للفرد، فهي أول جماعة يعيش فيها الطفل ويشعر بالانتماء إليها وبذلك يكتسب أول عضوية له في جماعة يتعلم فيها كيف يتعامل مع الآخرين في سعيه لإشباع حاجاته وتحقيق مصالحه من خلال تفاعله مع أعضائها.

ويرى علماء النفس والتربية أن مرحلة الطفولة المبكرة من أهم مراحل حياة الإنسان، إذا تعتمد عليها مراحل النمو التالية في حياته، بل إن بعض المربيين يرى أن أثر الأسرة ترجح كفته عن أثر عوامل التربية الأخرى في المجتمع، وأن آثارها تتوقف على الأسرة فبصلاح الأسرة تصلح آثار العوامل والوسائط التربوية الأخرى وبفسادها وانحرافها تذهب مجهودات المؤسسات الأخرى هباء. "[1]

المدرسة

تطور مفهوم المدرسة في العالم العربي من التعليم إلى التعليم والتربية بمعنى أن تكون المدرسة مصدر مفاهيم وقيم وثقافة عامة إضافة إلى دورها التعليمي العادي، لكن هذا المفهوم لم يتحقق بصورة جيدة، بل كان متعثرا في كثير من الأحيان إما لأسباب تتعلق بالرؤية الثقافية والتربوية المفترضة للمدرسة أو لأسباب مادية كقلة الإمكانيات أو ضعفها أو لأسباب فنية وإدارية كنوعية المدرس ومستواه وأدواته التعليمية.

الحصيلة العامة لتأثير المدرسة في الجانب الثقافي محدود وهو في مجمله ينحصر في الجانب المعرفي التعليمي.

إن التعليم في العالم العربي يعتمد إجمالا أسلوب التلقين والذي يقتل ملكة الإبداع والتفكير العلمي الصحيح فضلا عن إضعافه لقدرة التعلم الذاتي للطفل.

ان تأثير المدرسة يرتبط بشكل كبير بالمدرس وشخصيته وثقافته ومدى تفاعلة مع الصغار وانقيادهم له. بالطبع للمنهج دور في تربية الطفل لكنه غالبا مايرتبط ببيئة المدرسة والمدرسون بشكل خاص لأن العملية قد تقتصر على حفظ متون أو ترديد كلمات دون استيعاب حقيقي وتقبل ذاتي وممارسة واقعية. ويمكن تصنيف تأثير المدرسة على الطفل بأنه يتفاوت بين المتدني والمتوسط.

---

1 د/ أحمد مختار مكي، مقال

الشارع

يكاد يكون تأثير الشارع يفوق تأثير المدرسة والشارع هو الأصدقاء والجيران (خصوصا بالنسبة للمراهقين ومن يقاربون هذه المرحلة) والتأثير عادة يكون في السلوكيات والتي سرعان ما تنتقل بين الصغار. أما التأثير بالجانب المعرفي فهو محدود ويقتصر غالبا على ما ينقله الصغار من المصادر الأخرى كوسائل الإعلام أو المنزل. بالطبع نوعية الشارع له تأثير كبير وثقافة أبناء الجيران وتربيتهم المسبقة تنعكس على من يخالطونهم. في البيئات الفقيرة يكون الشارع مصدر أساسي ومعرفي وثقافي وذلك لأن الوقت الذي يقضيه الطفل مع اصدقائه وابناء الشارع اكثر من المنزل وقد تتهيأ له تجربة أشياء محظورة في المنزل وقد يطلع على معلومات تصنف سرية بالمنزل.

وعموما يتفاوت تأثير الشارع بين المتوسط والمرتفع.

المجتمع

المجتمع هو الأسرة الأكبر وهم الأقارب والمعارف، وهم الذين يزورهم الطفل مع اسرته سواء أقارب أو اصدقاء. تأثير هذا المحيط يعتمد على نوعية المخالطين للطفل وثقافة الاقارب والاصدقاء وخلفيتهم الدينية وتنشأتهم لأطفالهم.

مع تغير نمط الحياة المعاصرة قلت الخلطة مع الآخرين وأصبحت الزيارات متباعدة واللقاءات محدودة (بمن فيهم الأطفال). التأثير العام بالتالي للمجتمع على الطفل محدود ولا يقارن بالتأثيرات الاخرى ويمكن ان يصنف بالمتدني عموما.

وسائل الإعلام

هي ادوات التواصل الجماهيرية بين الطفل والعالم الخارجي وقد تطورت بصورة مذهلة في السنوات الأخيرة - خصوصا في الجانب المرئي- وتوفرت العديد من الخيارات، لدرجة أن نجد بعض الاطفال لايعرف الشارع، ولا يتفاعل مع المدرسة، ولا

يخالط اسرته وجل مادته المعرفية وثقافته الشخصية مصدرها وسائل الاعلام.لذلك يمكن تصنيف وسائل الاعلام بأنها المؤثر الأول والأقوى على الطفل.

"الإعلام المشاهد والمقروء والمسموع مؤثر هائل في تكوين الأبناء، لما يتمتع به من حضور وجاذبية واتقان.. والمشكل اليوم أن الأطفال لا يتعرضون لتأثير إعلام واحد صادر عن جهة واحدة، يمكن التفاهم معها من أجل التقريب بين مفردات الرسائل التي يوجهها للأطفال، ومفردات الرسائل التي توجهها الأسر والمدارس. إن الوسائل الإعلامية تنتمي إلى أكثر من (130) بلدًا في العالم، وهي تعكس ثقافات وديانات وتطلّعات متباينة أشدّ التباين. وإن نسبة غير قليلة من الناس قد أسلمت أبناءها للفضائيات من غير قيود تُذكر، ولهذا فإن ما يقوله الأبوان بات يُفهم لدى هؤلاء الأبناء في ضوء الخلفية الثقافية العميقة والمتماسكة التي بناها الإعلام بشتى صوره ومكوّناته، وبهذا فعلاً يصبح ما يقوله الأبوان جزءًا مرتهنًا للكل أكثر من أن يكون بعضًا منه."[1]

"لقد أصبحت المادة الإعلامية الموجهة للأطفال من أخطر الصناعات الإعلامية في العصر الحالي، ومن أكثر اصناعات التي تشهد إقبالا من طرف المستثمرين وشركات الانتاج العالمية، نظرا لما تدره من أرباح سنوية تقدر بملايين الملايين من الدولارات بسبب استهدافها شريحة واسعة تتسع دائرتها باستمرار, وهي شريحة الاطفال والشباب واليافعين وبفضل انتشار الصحون الفضائية وتعدد القنوات الإعلامية وظهور شبكة الانترنت وعولمة الصوت والصورة أصبح إعلام الطفل يشهد تناميا ملحوظا، وصار أكثر قربا من الطفل داخل البيت، وقد حمل هذا الانتشار السريع معه أساليب جديدة وأكثر تطورا لاستمالة الطفل والسيطرة على عقله وسلوكياته ودفعه الى الإدمان على ذلك الصندوق السحري العجيب كما كان يسميه آباؤنا وأجدادنا ولاشك ان هذا التوسع المذهل في تجارة التسلية الموجهة للاطفال يخفي الكثير من المخاطر والسلبيات، فجل

---

1 د. عبد الكريم بكار موقع الاسلام اليوم

الشركات المنتجة والعاملة في هذا القطاع هي شركات غربية توجه نشاطها ثقافة غربية وفهم غربي لمعاني التسلية واللعب والترفيه والتربية، ومتجذرة في ممارسات وعادات المجتمعات الغربية التي تتعامل مع إعلام الطفل بمنطق السوق والجري وراء الربح والكسب دون اهتمام بالقيم والعادات والاعراف وفي حالة التعارض بين هدفي الكسب وزرع القيم فإن الغلبة تكون للأولى على حساب الثانية"[1]

"تشير الدراسات العلمية في هذا الصدد إلى أن أجهزة الإعلام تلقي بظلالها على الطفل المعاصر إيجاباً أو سلباً، حتى أنه يصعب عليه أن يفلت من أسارها، فهي تحيط به إحاطة السوار بالمعصم وتحاصره من مختلف الجهات، وبمختلف اللغات، ليلاً ونهاراً...وتحاول أن ترسم له طريقاً جديداً لحياته، وأسلوباً معاصراً لنشاطه وعلاقاته، ومن ثم فهي قادرة على الإسهام بفاعلية في تثقيفه وتعليمه، وتوجيهه، والأخذ بيده إلى آفاق الحياة الرحبة....

وتأتي وسائل الإعلام المعاصرة في مقدمة قنوات الاتصال التي ترفد الطفل بالأفكار والمعلومات والأنبء وتحقق له التسلية والمتعة، ولو لم يَسْعَ الطفل إلى وسائل الإعلام فإن هذه الوسائل سوف تسعى هي إليه لتقدم له ما يدور حوله من أحداث، وما أفرزته الأدمغة البشرية من اكتشافات ومعارف، لاسيما بعد أن فرضت التقنيات المعاصرة وثورة المعلومات نفسها عليه، فأصبح طفل اليوم أسيراً لهذه الوسائل تحاصره في كل وقت وفي كل زمان، فلا يستطيع الفكاك منها أو الحياة بدونها."[2]

---

1 هدى جمعة، مقال

2 الدكتور محي الدين عبد الحليم، الرؤية الاسلامية لاعلام الطفل المسلم

كيفية تأثير وسائل الإعلام على الطفل

أ) التأثير الآني:

وهو التأثير المباشر في نفس الطفل ويتكون عندما تكون الرسالة جديدة كلياً عليه او تحوي كم كبير من الإثارة والتشويق.

ب) التأثير التراكمي

وهو الأشهر والأعم وذو الأثر البعيد لنفس الطفل حين يتعرض الطفل لرسائل متقاربة في أزمنة مختلفة وبشكل متدرج ومن خلال أكثر من صورة وطريقة مما يرسخ في نفسه تماماً الأفعال والأقوال التي ذكرت له، خصوصاً مع كثرة إثارة الرسالة وتناولها بين الأطفال أنفسهم "هل شاهدت البرنامج الفلاني؟" "ما أطرف الشخص الفلاني" "لقد أعجبني البطل الفلاني" وهكذا تتأصل الرسالة من خلال التناول الجماعي لها قبل الأطفال.

مدى تأثير الإعلام على الطفل

تؤثر وسائل الإعلام على الطفل بحسب اربعة عوامل:

1)نوعية الوسيلة وقوتها ومدى انجذاب الطفل إليها وهي مرتبة بحسب نسبة تأثيرها كالآتي:

أ. السمعية البصرية (التلفاز - السينما - الفيديو)

وهي تمثل اعلى ثقل (60-70%)

ب. التفاعلية (العاب الكمبيوتر)

وهي تمثقل ثقل متوسط(20-30%)

ت. السمعية (الإذاعة - الكاسيت)

وهي تمثل ثقل متوسط(10-20%)

ث. البصرية (المقروءة) (المجلات - الكتب - القصص)

وهي تمثل ثقل متوسط(10-20%)

2) عمر الطفل وخلفيته الثقافية وبيئته الاجتماعية

وهل لدى الطفل حصانة ثقافية؟ وهل البيئة مشجعة ؟ وهل الوسيلة منتشرة؟

3) نوعية الرسالة للطفل من خلال المادة الإعلامية المقدمة

و تعتبرهذه أهم قضية فالطفل - بالجملة- مستقبل جيد لكل ما يرسل له خصوصاً إذا صاحب المادة تشويق وإثارة للطفل.

4)الوقت الذي يقضيه مع وسائل الاعلام

يمكن تقدير توزيع اوقات الطفل كالتالي:

1- نوم 8-10 ساعات

2- مدرسة 6-7 ساعات

3- لعب / طعام / أنشطة حرة / 4-5 ساعات

4- إعلام 5-6 ساعات

بتحليل - رياضي- بسيط نستطيع أن نؤكد أن تأثير الإعلام - تربوياً- على الطفل يشكل نسبة تقارب 35-40%

نتيجة:

ما يقارب 4 من المفاهيم التربوية والأخلاق والسلوك والاعتقادات مصدرها الإعلام بينما 6 مصدرها المدرسة / المنزل / الجيران / المجتمع

الإعلام والتربية

"لقد اتّسمت العلاقات القائمة بين المؤسسة التربويّة ووسائل الاتصال بشيء من التصادم. ولم يكن أغلب رجال التربية ينظرون بعين راضية إلى تعامل التلميذ مع وسائل الإعلام. ولم تكن أغلب الأنظمة التربويّة تسمح بدخول الصحيفة أو المادة الإعلامية السمعية البصرية الى المدرسة، كما كانت صورة الثقافة التي تروّجها وسائل الإعلام سلبيّة بالنسبة لأغلب المربين الذين يعتبرون هذه الثقافة سطحية وفسيفسائية ومبتذلة وغالبا ما تبدو المدرسة منغلقة على ذاتها.

ان دور المؤسسة الإعلامية لا يقلّ قيمة عن دور المؤسسة التربوية في التنشئة الاجتماعية للفرد، إلى جانب المؤسسة العائلية. كما أن الوقت الذي يقضيه الطفل أو الشاب في تعامله مع وسائل الإعلام لا يقلّ أهمية عن الوقت الذي يقضيه في المدرسة. وتساهم وسائل الإعلام في ضمان ديمقراطية المعرفة مثلما ترنو إليه المدرسة العصريّة بل إنّ الوسائل الإعلامية السمعيّة البصريّة تؤدي وظيفة ثقافيّة وتربويّة حتى بالنسبة إلى من يجهل الكتابة والقراءة ولمن لم يتعلّم في المدرسة، كما أن التعلّم عبر وسائل الإعلام يقوم في جوهره على ترابط عضوي بين التعلّم والترويح عن النفس. لذلك فإنّ المدرسة ووسائل الإعلام يخدمان نفس الأغراض التربويّة. وبالرغم من هذه الاستعمالات المتعدّدة والمتنوّعة لوسائل الإعلام في خدمة أغراض تربويّة، فإنّ الجدل بقي قائما بين المربين والدارسين حول الجدوى الفعلية لوسائل الإعلام في العملية التربويّة. "[1]

مقومات إعلام الطفل (التربوي) من الجانب الإسلامي

- يهدف الى بناء الشخصية المتكاملة للطفل
- الإسلام مرجعية كاملة في كل الأعمال

---

1 محمد حمدان مدير معهد الصحافة وعلوم الإخبار – تونس مجلة افكار

- معالجة قضايا الغيب بطريقة مناسبة لعقل الطفل دون اهمال او ايغال

- غرس مفهوم الخير والشر واثارهم على الانسان باسلوب سهل

- تبسيط المفاهيم الإسلامية والاهتمام بطرق عرضها

- الاقتصار على الاساسيات في العلم الشرعي

- مخاطبة العاطفة واحترام العقل

- التدرج في المفاهيم والمعارف

- استخدام القصص

- عرض الشخصيات الإسلامية وسير الأنبياء والصالحين

- إثراء الخيال بالأشياء الإيجابية

- مسؤولية كاملة على من يصدر أو ينشئ وسائل إعلام للطفل

- المحافظة على اللغة العربية

المحتوى التربوي في الإعلام

يمكن ان يصاغ المحتوى التربوي من خلال:

- القصة: المحكية – المقروءة – المصورة
- التوجيهات المختصرة المباشرة
- الدراما
- الالعاب
- المواقف التمثيلية
- الأناشيد

o الألعاب (الكمبيوتر)

كيف تستفيد من الإعلام في خدمة الجانب التربوي لدى الطفل

يمكن ان يتم ذلك من خلال:

- تحديد الرسالة
- اختيار القنوات المناسبة للعرض
- المواءمة مع البرامج التربوية في المدرسة
- أوقات / زمن الاستقبال الإعلامي المناسب للطفل
- حماية الطفل من الإعلام السلبي ما امكن ذلك
- تطوير برامج إعلامية (متلفزة) لخدمة الجانب التربوي
- التنويع في المواد الإعلامية المقدمة للطفل
- الاهتمام بالمستوى الفني وطرائق العرض للمواد الإعلامية
- صياغة بعض البرامج الإعلامية داخل المؤسسات التعليمية والتربوية

الطفل والتلفزيون

"يؤكد علماء النفس انه كلما ازداد عدد الحواس التي يمكن استخدامها في تلقي فكرة معينة ادى ذلك الى دعمها وتقويتها وتثبيتها في ذهن المتلقي, وتشير بعض نتائج البحوث الى ان 98 في المئة من معرفتنا نكتسبها عن طريق حاستي البصر والسمع وان استيعاب الفرد للمعلومات يزداد بنسبة 35 في المئة عند استخدام الصورة والصوت، وان مدة احتفاظه بهذه المعلومات تزداد بنسبة 55 في المئة.

يقول علماء النفس ان التلفزيون يأتي في عم التربية الحديثة بعد الأم والأب مباشرة وبات من المؤكد تأثير التلفزيون على سلوكيات الأطفال طبقاً لجميع الابحاث

العلمية في هذا المجال, واصبح من المستحيب الاعتماد على الوسائل القديمة في التربية والتنشئة والتوجيه, ولم يعد ممكنا منع الأطفال من مشاهدة التلفزيون او هذا الكم الهائل من البرامج والأفلام التي تشكل الآن احد المراجع الاساسية في سلوك وتفكير وتربية وتعليم الطفل، ولأننا نعرف ان الطفل مبدع بطبيعته وبتلقائيته ولهذا كثيراً ما تلاحظ الأم طفلها يؤدي حركات معبرة ويحادث نفسه مثلاً امام المرآة حيث يقوم بتمثيب الاشياء والمواقف والاشخاص الذين يتعامل معهم في حياته, فمثلاً يقوم الأطفال بتمثيل أدوار المدرسين والتلاميذ مستخدمين في ذلك تفكيرهم وخيالهم وخبراتهم القليلة التلقائية." [1]

"لاشك ان للتلفزيون اثار سلبية واخرى ايجابية في حياة الطفل، حيث ان الافلام التي تعرض في التلفزيون تنقل الاطفال الى دنيا بديلة وقد تكون قريبة من دنيا الطفل بعض القرب، وقد تكون بعيدة عنها، وقد يحيا الطفل بعض الوقت أو يحلم بها او ينفر منها او يخافها، وقد أشارت الكثير من الدراسات والبحوث التي تربط بين بعض "جرائم" الأطفال وبين بعض الافلام التلفزيونية الى ان للأفلام دورا مباشرا في تلك الجرائم، اذ انها تساعد على بلورة بعض الميول الاجرامية لدى الأطفال. بالاضافة الى ذلك فان الأفلام التي تستخدم حيلا ومؤثرات صوتية وصورية تثير الاطفال وتجذبهم إلا أنها في نفس الوقت أداه لصرف الأطفال عن واجباتهم، وايضا لا تقدم لهم القيم والمفاهيم التي نريد، حتى لو تضمنت جوانب ثقافية فقد لا تكون هي الجوانب التي نريدها لأطفالنا."[2]

"ان اثر التلفزيون في الأطفال اشد واسرع واقوى من تأثيره على الكبار لذا نرى الاطفال يجتمعون قبالته تاركين مقاعدهم عند عرض مادة مثيرة ويجلسون على الأرض قريباً منه متجاوبين مع حوادثه متفحصين الشخصيات التي يعرضها ومقلدين لكثير من الحركات التي يشاهدونها.

---

1 موقع ارابنت

2 احمدزبادي واخرون، اثر وسائل الاعلام على الطفل

ويؤثر التلفزيون في الأطفال عبر اكثر من طريقة:

يكسب الأطفال انماطاً في السلوك الاجتماعي في حياتهم الاعتيادية وبيئتهم المادية كما انه يؤثر سلباً او ايجاباً في عملية التكيف الاجتماعي التي تسهم فيها الاجهزة الاخرى كالأسرة والمجتمع والبيئة.

- يسهم التلفزيون في بلورة وتغيير الاتجاهات من خلال اثارة ردود افعال عاطفية لدى الأطفال عن صريق تقديم مشهد درامي ذكي مع العلم ان لكل طفل قابلية خاصة للتأثر بالتلفزيون.

- يجعل التلفزيون الأطفال يتعرفون الى اشياء كثيرة منذ صغرهم ومنها ما هي في محيطهم ومنها ما هي بعيدة عنهم، فالطفل الذي لم تتح له الفرصة لمشاهدة حياة الحيوان في غابة كثيفة او سفينة ضخمة تشق عباب البحر او مسابقة سيارات يمكن ان يشاهدها من خلال الشاشة الصغيرة.

والتلفزيون ببرامجه وافلامه يزود الطفل بخبرات واقعية كما ان برامج الخيال تشبع كثيراً من رغباته، اي ان التلفزيون ليس وسيلة تزود الطفل بالمعلومات والأفكار والقيم فحسب، بل هو الى جانب ذلك يسهم في تشكيل لون من ألوان السلوك."[1]

"وإذا كان الطفل في بيئة منزلية أو جتماعية لا تخلو من الأخطاء السلوكية فإن وسائل الإعلام ومنها التلفاز هي لا يمكن إعفاؤها من المسئولية ولقد أثبتت الدراسات أن التلفاز له أكبر الأثر على تصورات وسلوكيات الأطفال بسبب عدم تكون معايير القبول والرفض لديهم بحكم قلة معرفتهم وخبرتهم."[2]

---

1 موقع ارابنت

2 موقع مفكرة الاسلام، وسائل الاعلام والطفل

"يقول الباحث الإنجليزي هال بيكر المتخصص في غسيل الأدمغة عن طريق التلفزيون أن غسل الأدمغة يجري عن طريق (سوفت باور) (Power Soft) أي قوة الأفكار والصور والتأثيرات التلفزيونية والالكترونية. وفن غسل الأدمغة بواسطة التلفزيون يجري من خلال قوة «الإيحاء» وتلعب قوة الاعتياد عليه بشكل تدريجي بعد تواصل الإدمان عليه قابلية لدى الجمهور في تقبل ما يعرض من صور وأخيلة كواقع. فما يوحي به التلفزيون على أنه «الواقع» يتحول إلى واقع في أذهان المدمنين المتلقين.

لقد بات التلفزيون عنصراً شديد التأثير في تحديد عناصر خيال الطفل وقيمه حيث أن الوالدان لا يستطيعان إبعاد تأثير التلفزيون عن أطفالهم لأنهم بأنفسهم أصبحوا متعلقين بهذا الصندوق المشع بالصور الذي يمضي أبناؤهم أوقات أكثر مما يمضي الوالدين."[1]

"ان الصورة المتحركة المصحوبة بالصوت في المراحل المبكرة للطفل تتجاوب مع الوعي الحسي والحركي لديه، وتحدث استجابات معينة في ادراكه، تساهم فيما بعد في تشكيل وعيه وتصوره للأشياء من حوله، لأنه يختزنها وتصبح رصيده الثقافي والوجداني والشعوري"[2]

ان سحر التلفزيون (والفيديو بطبيعة الحال) يفوق تأثير أي اداة اعلامية أخرى خصوصا مع التطور في فنون العرض واستخدام المؤثرات السيمائية وهاهي أفلام 3D الحديثة التي سيطرت على عقول الأطفال حيث الاتقان الفني والابهار البصري والشخصيات الجديدة المذهله. ان التأثير التربوي للتلفزيون على الطفل يعتمد على نوعية المادة التي يشاهدها الطفل والرسالة الضمنية فيها ومدى تفاعل الأطفال معها

---

1 محمد النابلسي، مقال " اشكالية العنف في التربية ووسائل الاعلام "
2 هدى جمعة، مقال

وحديثهم عن شخصياتها. ان الابهار البصري يتحول مع الوقت الى إبهار معرفي وثقافي يجعل الطفـل يتقبـل جل ما يصاحب المادة التلفزيونية من توجيهات وسلوكيات.

وسائل اعلام **الطفل في المنطقة العربية**

"إن واقع إعلام الطفل العربي ليس على المستوى الذي يمكنـه مـن القيـام بـدوره في تربيـة وإعـداد الطفل العربي، وتثقيفه، وإن حطورة التقصير في وسائل الإعلام العربية تجاه الطفـل العـربي تكمـن في أنهـا تفتح الباب أمام وسائل الإعلام والثقافة الغربية التي تغزو مجال إعلام الطفل العربي، مما يكـون لـه أسـوأ الأثر في تشكيل شخصية الأطفال العرب وقيمهم وعقيدتهم."[1]

الكتاب

يتميز كتاب الطفل العربي بالاتي:

- قلة العدد: كل 100 طفل يشتركون في نسخة واحدة مـن كتـاب واحـد في السنة أي أن نـصيب الطفل الواحد لايزيد عن بضعة أسطر سنويا

- ارتفاع السعر (لجمهور القراء)

- غياب المتخصصين في الكتابة للاطفال

- ندرة الدور المتخصصة بنشر كتاب الطفل

- سيطرة قصص الجن والسحرة والخوارق وكذلك قصص الجريمة والعنف

- ضعف الإخراج الفني

- الكتب المترجمة الغير محررة

---

1 د/ أحمد مختار مكي، مقال

- عدم التمييز بين المستويات العمرية للأطفال

- ضعف الاهتمام الموضوعي بقضايا الطفل العربي

- ندرة معارض الكتاب المتخصصة بالطفل

- قلة المكتبات العامة الخاصة بالأطفال (مكتبتان في الرياض لمليون طفل)

- تغييب ثقافة الإبداع والابتكار

- غياب الأهداف التربوية في الكثير من كتب الأطفال

مجلات الأطفال

تتميز المجلات العربية ب:

- القلة العددية

مايقارب 80 مليون طفل (6-14) سنة تخدمهم 15 مجلة بمتوسط 20.000 نسخة (لا تتجاوز 400.000 نسخة بأي حال: كل 200 طفل يشتركون في نسخة واحدة من عدد واحد من مجلة واحدة!!)

- ضعف المحتوى:

50% مادة ترفيهية بحتة (تختلف من مجلة لأخرى)

25% مادة تعليمية / تربوية (تميل للسوء والانحراف في الكثير من المجلات)

25% مادة محايدة ثقافية عامة

- قلة الجيد من المجلات (لا يتجاوز 20% من المتاح في السوق) وبصدور شهري
- قلة المادة التربوية والدينية (لا تزيد عن 10 %) في اغلب المجلات
- غياب التوجيه السلوكي الإسلامي كالفضائل والسنن

- تقديم القدوات السيئة - كالممثلين والمغنيين
- إهمال المستوى العقلي والنفسي فالكثير من القصص والمغامرات تتجاوز مستوى الأطفال وأعمارهم
- كثرة المواد المترجمة من مجلات أجنبية اضافة الى المجلات الأجنبية المعربة (ميكي، سوبر مان، الوطواط)
- عدم التكامل مع برامج المدرسة لتعليمية
- قلة المخصصين في ميدان الكتابة والرسوم الفنية
- عدم تبني الجهات الإسلامية إصد ر مجلات للأطفال عكس الكنائس والمؤسسات التنصيرية التي تصدر الكثير من المجلات
- إهمال قضايا العقيدة وعرض بعض البدع أحيانا على أساس أنها من الدين
- التشجيع - أحيانا- على بعض السوكيات الخاطئة كالرقص والغناء ومصادقة الجنسين (عندما تسمعين الى الراديو تنظرين الى صورة جميلة.. تشعرين برغبة في الرقص، أليس كذلك ؟ يحدث هدا لنا جميعاً.. تعالي نتابع هالة وهي ترق في غرفتها ويحسن ان تكون نافذتك مفتوحة وأنت ترقصين لأن الهواء المتجدد يساعدك) سمير العدد 1244
- سيطرة المادة الترفيهية على صفحات المجلة
- عدم تقديم القدوات الصالحة وبطريقة مناسبة
- عرض بعض الشخصيات الخارقة - أحيانا- والتي تضعف معالم القدوة الحسنة

"سوبرمان نموذج.... حيث يبلغ هذا الرجل ذروة القوة في المسلسلات والهزليات الأمريكية فيصبح نصف اله يخور ويثور ويضرب وينتصر باستمرار ولا يموت بتاتاً وهو

محصن ضد الأمراض وضد الأخطار ويتغلب على كل المصاعب." [1](عبد التواب يوسف...ثقافة الطفل)

التلفزيون

ما يقارب خمسين قناة تلفزيونية للأطفال في أوربا مقابل خمسة في العالم العربي، إحداهما غربية بالكامل وثانية كرتون ياباني مدبلج (في الغالب) وثالثة منوعات سطحية ورابعة ذات مهنية عالية لكن مع غياب المضمون التربوي وخامسة محافظة (مشفرة) (المجد) لكنها متواضعة فنيا ومهنيا.

"يقلل البعض من الاثار السلبية للقنوات الفضائية العربية على الاطفال ويتهمون من يتحدثون عن هذه الاثار بالمبالغة والتخويف اللذين لا مسوغ لهما ! وهؤلاء – في نظري – مخطئون، فلاثار المحسوسة للبث التلفزيوني بعامة على الاطفال لم تعد مجال للشك.

هل العلاج اذا ان نمنع بث القنوات الفضائية ونقفل ابوابنا دونه ربما كان هذا علاجا نجحا للبعض، ولكنه علاج محدود لأن القادرين على تنفيذه قلة وسيواجهون عقبات كثيرة. ومع مرور الزمن يصبح مثل هذا العلاج غير ذي جدوى فالتقنيات تتطور حتى تستعصي على المنع، والسيل ينهمر تباعا حتى لا تنفع معه سدود. وتلك حقيقة واقعية وقد لا نرضى بها، ولكن لابد من التعامل معها حتى نحسن المواجهة ونقلل من آثار الشر على أطفالنا."[2]

لقد وجدت دراسة مصرية أن أطفال مدينة القاهرة يشاهدون التلفزيون 28 ساعة في الأسبوع. أما نسبة الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون بلغت 99% للأطفال بين سن

---

1 عبدالتواب يوسف، تنمية ثقافة الطفل

2 عبدالقادر طاش، الثقافة والاعلام وما بينهما

الثامنة وال15 عاماً . وذكرت الدراسة أن نحو 97 في المئة من أفلام الرسوم المتحركة الواردة من الخارج تحوي كماً كبيراً من مشاهد وأفكار العنف. علما بانه لايتوجه للأطفال سوى 7 % من البرامج.

يوسف كريم (8 سنوات) طفل نجح في امتحان النقل من العام الثاني إلى الثالث الابتدائي أهداه والده جهاز تلفزيون يضعه في غرفته. تلفزيون يوسف متصل بشبكة قنوات فضائية ما يعني أنه لا "يضطر" أن يبرح غرفته لمشاهدة التلفزيون في غرفة الجلوس. يقول: " أحب مشاهدة "كارتون نتوورك " و" سبيس تونز ", وأحياناً لا أغلق التلفزيون أثناء المذاكرة كي لا يفوتني شيء.

إنّ الغصون إذا قوّمتها اعتدلتْ ولا يلين إذا قوّمته الخشبُ

واقع برامج الاطفال في القنوات العربية

- ندرة المادة الكرتونية الهادفة المناسبة للأطفال (تعد على اليدين)
- ندرة المسرحيات والمنوعات الهادفة والتربوية للأطفال، وأفضل ما قدم لنا (رغم سلبياته الكثيرة) برنامج افتح ياسمسم وهو غربي معرّب
- القلة العددية من حيث الساعات
- اعتماد البرامج المستوردة (أكثر من 50%)
- اعتماد التوجيه المباشر في الغالب
- التركيز على التصوير داخل الأستوديو
- قلة التشويق واعتماد النمطية
- الاعتماد واسع النطاق على أفلام الكرتون وكأن هناك معادلة خاصة بهذا الجانب: تلفزيون + طفل = أفلام كرتون

- احتواء الكثير من الأفلام الغربية على مشاهد لا تليق بالطفل وتؤثر على سلوكه وأخلاقه منذ نعومة أظفاره، وهي عادية جداً لدى الغرب مثل:

- ❖ الرقص والغناء والموسيقى
- ❖ القبلات بين الجنسين
- ❖ العلاقة العاطفية بين الأولاد وابنات
- ❖ الصراع بين الذكور على فتاة واحدة

- احتواء بعض أفلام الكرتون الغربية على شعوذة وانحرافات عقائدية فيما يتعلق بالخالق عز وجل(افتراض وجود الله فوق السحاب، وصعود البعض إليه، وأحياناً يكون عملاق متوحش وما حدث من مطاردات بين الصغار وهذا العملاق...)

- غياب البعد الأخلاقي في كافة ما يعرض من أفلام الكرتون الغربية وهي في معظمها تشغل وقت الطفل وتسليه دون أدنى فائدة هذا إن خليت من السلبيات المذكورة سابقاً

- انتشار العنف وثقافته في أغلب الكرتون

- في دراسة على عينة من أطفال الرياض حول أفضل برامج الأطفال (مرتبة): كابتن ماجد، سالي، سلاحف النينجا، نساء صغيرات والتي تحوي الكثير من السلوكيات السلبية والأفعال المخالفة للدين (الاحتفال بالكريسماس، ضم اليدين إلى الصدر قبل الأكل).

السينما

هناك شبه انعدام لسينما الأطفال (خلاف واقع سينما الكبار)، معإنتاج محدود على شكل كرتون يقدم على شكل حلقات تلفزيونية، اضافة الى انعدام المسارح الخاصة بسينما الطفل

الإذاعة

الخصائص:

- ندرة برامج الأطفال في الإذاعات العربية
- عدم وجود معدي برامج أطفال متخصصين
- ضعف مستوى برامج الأطفال
- نمطية البرامج واعتمادها غالباً على الأغاني
- الاختيار غير الموفق غالباً لأوقات بث برامج الأطفال
- أنتاج محدد على شكل كاسيت للأطفال يغلب عليه الأناشيد، (هناك بعض التجارب الجيدة مثل تجربة مؤسسة محسن للإنتاج)

مسرح الطفل:

له دور كبير في تنمية التفكير وتطوير مهارات الاتصال وزيادة الحصيلة اللغوية والثقافية.

واقعه:

- عدم وجود مسارح خاصة بالأطفال في الأحياء وأحياناً كثيرة حتى في المدارس
- عدم الاهتمام بفن التمثيل ودوره في تطوير قدرات الطفل المختلفة
- تخلف صناعة الدمى وهي مكملة للمسرح
- هناك جهود محدودة لتكوين فرق مسرحية متنقلة تقدم للأطفال لكن يقدمها الكبار

الكمبيوتر والإنترنت وألعاب الكمبيوتر:

يساعد في تطوير قدرات الطفل الذهنية والعقلية ويساعد في العملية التعليمية بشكل كبير. كما يمكن اضافته للمؤثرات الاعلامية بحكم احتوائه على مواد ذات بعد ثقافي وتربوي.

واقعه:

- الدخول البطيء للكمبيوتر في لمدارس

- عدم اعتماد الكمبيوتر كوسيلة ثقافية تعليمية (عدا بعض المدارس الأهلية الراقية)

- ندرة برامج الكمبيوتر العربية الخاصة بالطفل

- انعدام برامج الألعاب الالكترونية العربية (عدا التي أنتجها حزب الله)

- أقل من 1 % من مواقع الإنترنت العربية للأطفال 40% من مادتها قصصية وهي تفتقد للتفاعلية وتعتمد في كثير من الأحيان على المواقع الأجنبية

- بعض التجارب الجيدة (حرف) لإنتاج برامج تفاعلية (ملتي ميديا) للأطفال

لعبة فايس سيتي اللاعب (الطفل في كثير من الأحيان) يقود عصابة من الأشرار ويتدرب معهم، يزور المراقص، يدخل بيوت الداعرات، ويقتل اللواتي لا يستجبن لطلباته، يزور الشواطئ الإباحية تدخل عليه النساء - غرف خاصة- بلباس خليع جداً. {منعت اللعبة في استراليا، هناك أصوات في الكونجرس الأمريكي لمنعها}

تقويم المواد الإعلامية بكافة الوسائل المقدمة للأطفال (من الوجهة الإسلامية)

- قلة المواد المقدمة سواء المقروء أو المرئية المسموعة وبما لا يناسب مع عدد الأطفال في العالم العربي

- انخفاض المستوى الفني للكثير من المواد المنتجة إما بسبب التكاليف العالية او قلة الخبرات المتخصصة.

- غياب الأهداف عن الكثير مما يقدم للأطفال والاكتفاء فقط بـ"ماذا يعجبهم؟ ماذا يريدون؟"

- النظرة السطحية لأطفال العالم العربي بأنهم مستهلكون سلبيون بمعنى أنهم لا يقدرون قيمة المنتج الإعلامي والرسالة المتضمنة

- غلبة المواد المترجمة وخصوصاً في أفلام الكرتون (المدبلجة)

- اللغة العربية المقدمة من خلالها المواد المرئية ركيكة في كثير من الأحيان أو متكلفة (عدم استخدام العربية البسيطة والمفردات السهلة الواضحة بعيداً عن التراكيب اللغوية الصعبة والمتقدمة على الطفل)

- غلبة المواد الترفيهية وقلة المواد الجادة

- غياب البرامج التي تعنى بإذكاء عقلية الطفل وتطوير مهاراته العلمية والفنية واليدوية وتحسين ملكة الإبداع والتفكير لديه

- إشغال وقت الطفل قد يكون أفضل تسمية لمواد وبرامج التلفاز العربية (الرسمية)

- غلبة التهريج والإثارة المتكلفة في مواد الأطفال

- التأثر بعقلية الغرب فيما يقدم من إنتاج محلي سواء في الأسلوب أو في حتى المحتوى (استخدام جلود الحيوانات للتعبير عنها)

- اعتماد الرقص - للبنات كجزء من برامج الأطفال

- سيطرة الغناء والموسيقى في كافة برامج الأطفال

- توجيه الطفل لاهتمامات ليست ضمن أولوياته (منجزات البلد - صفات الرئيس القائد...)

- ربط الطفل بخالقه كجزء من العقيدة التي يتربى عليها منعدم تقريباً

- توجيه سلوكيات الطفل والتعامل مع الآخرين بشكل إيجابي نادرة في مواد الطفل.

- ربط الطفل بالمخلوقات والبيئة من حوله كجزء من خلق الله لهذا العالم والتناغم بين جميع مفرداته أيضاً منعدمة تقريبا.

اقتراحات عملية للآباء(من السوق)

1.اختيار سلاسل من الكتب القصصية عن السيرة والصحابة والتابعين والسلف، خصوصاً تلك المصالحة بطريقة سلسة وبأسلوب سهل من خلال قالب فني جميل (لوحات معبرة، خطوط مناسبة...)

2.اختيار قصص مصورة لسير بعض الشخصيات الإسلامية (صلاح الدين، الظاهر بيبرس،...) ذات التلوين والرسم المناسب وبأسلوب مسلسل.

3.اختيار كتب تعليمية متنوعة (اختراعات، جديد العلوم، كيف تصنع...) وخصوصاً المترجمة منها لتميزها العلمي والفني وطريقة العرض المشوقة للصغار.

4.كتب المهارات الفنية (التلوين، الرسم، الأشغال، والتي تعتمد مادة تربوية ومفيدة للطفل)

5.اقتناء مجلات هادفة دورياً (سنان – فراس...)

6.اقتناء كاسيت منوع (أناشيد، قصص وحكايات، مواقف تمثيلية، مثل سلسلة محبوب..)

7.اقتناء مواد مرئية فيديو /3D من إنتاج محسن / آلاء...)

8.الاشتراك في قنوات الاطفال الهادفة(المجد)

الفصل الحادى عشر

دور التلفاز في تنشئة الأطفال

الفصل الحادى عشر

دور التلفاز في تنشئة الأطفال

إن دراسة دور التلفاز فى تنشئة الأطفال دراسة هامة لعمل بحث لمساق الإعلام الإسلامي فوقع اختياري على موضوع: (الإعلام ودوره في تنشئة الطفل) وهذه الدراسة من الأهمية بمكان لما لوسائل الإعلام المختلفة من أثر فعال وكبير في تنشئة أطفالنا وتربيتهم، فنتيجة للتقدم العلمي والتكنولوجي السريع الذي شهدته السنوات الأخيرة – خاصة فيما يتعلق بالقنوات الفضائية- زادت قوة الإعلام عما كانت عليه في السابق، وزادت المنافسة لهذه السوق، فكان لا بد من الدراسات والأبحاث التي تساعد القائمين على التربية من أسرة ومعلمين لترشدهم إلى ما يجب عمله تجاه هذه الوسائل وغيرها، وكيف يمكن الاستفادة منها، وكيف يمكن توظيفها التوظيف الإيجابي، والابتعاد عن سلبياتها.

وأنا كمربية في رياض أطفال منذ سنوات أرى من آثار وسائل الإعلام على الأطفال – الإيجابي والسلبي – ما لا يراه غيري ممن هو بعيد عن جو التربية وجو الأطفال وجو المدارس، لذا أحببت أن أقوم بهذه الدراسة لصالحي وفائدتي في مجال عملي أولا، ثم هي لصالح المجتمع إن وفقت فيها وتم نشرها 0ولما عرضت الخطة على أستاذي الفاضل الدكتور عبد الكريم سرحان، أشار علي بالاقتصار على (دور التلفاز في تنشئة الطفل)،وشجع أن تكون الدراسة لشيء جديد، لا الاعتماد على الدراسات والنتائج السابقة، فكانت هذه الدراسة هي الأولى في المنطقة التي قمت بالعمل في حدودها –على حد علمي.

وتظهر أهمية هذا البحث من خلال:

1-توعية المجتمع بشكل عام من خلال معرفة حقيقة ما يعرض، والتأثيرات الإيجابية والسلبية – على الأطفال خاصة

2- معرفة وتحديد الأثر التربوي للتلفاز.

3 معرفة دور الأسرة في هذا المجال.

4-تحليل بعض البرامج، والمواقف والنتائج التي يتوصل إليها

وأخيراً ففي ظل عصر تتلاشى فيه الحدود الثقافية بين الدول، تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في بناء الطفل: عقائدياً، وثقافياً، واجتماعياً، وتربوياً، وجسدياً... فيجب أن يحدد ما يقدم للطفل من ثقافات عبر وسائل الإعلام، فالطفل يسعى دائماً إلى الاكتساب والتقليد، فهو يتأثر، وينعكس ما يعرض في الإعلام على تفكيره وعواطفه وسلوكه وجميع تصرفاته، وبناء عليه فينبغي أن تكون وسيلة الإعلام، وحياة الناس، وسياسة الدولة كلها تسير على قاعدة فكرية وسلوكية واحدة، تعمل بانسجام تام، وتتعاون فيما بينها بشكل منسق ودقيق من أجل بناء الطفل وتربيته وتقويم سلوكه وعقيدته.

هذا وقد قسمت بحثي هذا إلى مقدمة، وأربعة مباحث، وخاتمة:

أما المقدمة، فقد ذكرت فيها سبب اختياري للموضوع، وأهمية هذا البحث، ثم خطتي في عمله – وهي ما أقوم به الآن – ثم الدراسات السابقة في موضوع هذا البحث، والعقبات التي واجهت عملي في هذا الموضوع.

ثم كان المبحث الأول وقفة مع التلفاز وما يعرض فيه من برامج للأطفال، لأن التلفاز يعتبر الوسيلة الإعلامية الأكثر شيوعاً في هذه الأيام، فيقضي فيها الطفل وقت فراغه، ويتعلم منها الخبرات المختلفة، وعلى قلة البرامج المتخصصة، فهي تتحمل جزءاً كبيراً من المسؤولية فيما يتعلق بتربية أطفالنا.

وفي هذا المبحث سأقوم بتحليل بعض ما يعرض في التلفاز في بعض المحطات، وعمل ميداني بسؤال الأطفال عن أهم شيء يحبونه ويشاهدونه ثم القيام بتحليل بعض النتائج، وكذلك توزيع استمارة على الأهل لمعرفة أهم البرامج والمحطات والآثار الايجابية

والسلبية، ودورهم في التوجيه، ومعرفة عدد الساعات التي يقضيها الطفل أمام شاشة التلفاز

ثم كان المبحث الثاني:وفيه الآثار الإيجابية، اعتمدت فيه علي نتائج الاستمارة أولا،وذلك بمعرفة نسبة الآثار كما حددها الأهل، ثم بعرض شيء يتعلق بالموضوع من دراسة سابقة

وسار المبحث الثالث على نفس الطريق، لكني بينت فيه الآثار السلبية الناتجة عن مشاهدة التلفاز وأثرها على الطفل

وكان المبحث الرابع عن دور الأهل في التوجيه، وأهمية هذا التوجيه، استعرضته من خلال خطوات عملية يقوم بها الأهل في هذا الجانب مع ذكر تعليقاتهم في هذا المجال. ثم جاءت الخاتمة،فقائمة المراجع ثم فهرس المحتويات.

ولكن قبل البدء لا بد من تحديد ومعرفة بعض الأمور المتعلقة في الموضوع:

أولاً: مشكلة الدراسة:

إن مشكلة الدراسة تكمن في الإقبال المتزايد من الأطفال على مشاهدة التلفاز بغض النظر عن النوع والسن والمستوى، وخاصة أن التلفاز هو أكثر وسيلة من وسائل الاتصال استخداماً وشيوعاً، يجمع بين الصوت والصورة، وتتعدد مضامينه وبرامجه وخاصة مع انتشار الفضائيات وتنوعها، فالتلفاز عنصر أساسي في حياة الطفل – يشغل حيزاً كبيراً من وقته.

ثانياًُ: أهمية المشكلة:

- تنبع أهمية المشكلة البحثية في أغلب الدراسات من اهتمام الباحث وقناعاته حول الموضوع
- مع أهمية الموضوع

وقد توافرت في هذا الموضوع هذه لمواصفات، فلم تدرس أكثر الشرائح تأثراً بهذه الوسيلة بفعل قلة الوعي وصغر السن

ثم لأهمية المرحلة العمرية التي تتصدى لها الدراسة وهي مرحلة الطفولة (سن ما قبل المدرسة)،ثم خطورة الوضع القائم، وهو ما يعرض من برامج -خاصة فيما يتعلق بالطفل

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف من أهمها:

1- التعرف على مدى وحجم مشاهدة الطفل للتلفاز

2- التعرف على الآثار السلبية لمشاهدة التلفاز

3- التعرف على الآثار الإيجابية لمشاهدة التلفاز

4- التعرف على أهم البرامج التي يقبل على مشاهدتها الأطفال

5- التعرف على أكثر المحطات متابعة

6- التعرف على دور الأهل في هذه المرحلة وما يقومون به

رابعاً: فروض الدراسة وتساؤلاتها، أما الفروض فإنه:

1- توجد فروق بين الأطفال الذكور والإناث في تحديد أهم البرامج متابعة

2- توجد فروق جذرية في وجهات نظر الناس حول أثر التلفاز على تنشئة الطفل

3- توجد فروق في طبيعة البرامج التي يشاهدها الأطفال حسب وعي الأهل لخطورة الموضوع

4- توجد فروق في تحديد أي المحطات هي الأكثر استخداماً - وهذا أيضاً يتبع نظرة الأهل وتوجيهاتهم وتوجهاتهم

وأما التساؤلات فهي:

1- ما هي علاقة الأطفال بالتلفاز ؟

2- ما مدى مشاهدة الطفل للتلفاز ؟

3- ما هو معدل ساعات مشاهدة الطفل للتلفاز؟

4- ما هي البرامج التي يقبل عليها الأطفال ؟

5- ما هي برامج الأطفال التي يفضل الأطفال مشاهدتها ؟

6- ما هي المحطات الأكثر متابعة ؟

7- ما مدى إقبال الأطفال على مشاهدة القنوات الفضائية الدينية ؟

8- ما مدى إقبال الأطفال على مشاهدة القنوات الفضائية المتخصصة بالأطفال ؟

خامساً: نوع الدراسة:

اعتمدت في هذه الدراسة على منهج (الدراسة الوصفية)التي تقوم على وصف المواقف والأحداث ومحاولة تحليلها، ورسم صورة واقعية دقيقة عنها، كما اعتمدت على المنهج (الوثائقي) في معرفة ما توصلت إليه بعض الأبحاث والدراسات السابقة.

سادساً: منهج الدراسة:

تمت الدراسة بطريقين: الأول هو العمل الميداني من خلال سؤال (180)طفلاً (سن ما قبل المدرسة) (من 4-6 سنوات) في منطقة محددة (سلوان) عن أحب البرامج التي يفضلونها، ثم من خلال توزيع استمارات على أهالي نفس المجموعة للإجابة عن عدة تساؤلات، تظهر من خلال عرض البحث.

الثاني: جمع المعلومات من مؤلفات، ومقالات منشورة على شبكة الإنترنت حول نفس الموضوع - ومقارنته بالنتائج التي توصلت إليها.

سابعاً: مجتمع الدراسة:

المجتمع الذي اخترت منه عينة الدراسة، وهو المجتمع الذي أرغب في تعميم النتائج عليه - ولما كان الوصول إلى هذا المجتمع صعبا لضخامته فقد تم التركيز على عينة متاحة يمكن الوصول إليها ويتم اختبارها مباشرة.

ويتمثل مجتمع الدراسة من أطفال في روضة خاصة ، وعددهم (180) طفلاً في منطقة القدس – سلوان – وهي ثاني أكثر منطقة في العالم من حيث كثافتها السكانية.

ثامناً: المعوقات:

1-النقص الواضح في المعلومات والدراسات التفصيلية الشاملة، وحداثة الدراسات في هذا المجال مع المتغيرات السريعة في مجال البث التلفزيوني والتي تتطلب ملاحقتها وتسجيلها باستمرار، هذه هي أهم المعوقات في هذا البحث، حيث إن الموضوع يتطلب التجديد الدائم المستمر فما كان يصلح أن يقال عن التلفاز وما فيه من برامج بالأمس لا يصلح اليوم، فآراء المؤلفين في العقدين الماضيين مثلاً لا يمكن أن ينطلق منها الباحث في دراسته اليوم.

2-ومشكلة أخرى تمثلت في عدم إعادة الاستمارة من الكثير من الأهل - فقد تم توزيع (180) استمارة أعيد منها (134) استمارة أي بنسبة (75%) تقريبا0

3- عدم الإجابة على بعض الأسئلة في الاستمارة التي وزعت – والاقتصار على بعض المعلومات.

4- تظهر في إجابات بعض الناس عدم الدقة أو حتى العلم، فهو يحاول الإجابة بأي طريقة بصرف النظر عن الحقيقة.

تاسعاً: ما يثيره هذا البحث من دراسات للمستقبل:

لقد فتح هذا البحث آفاقاً متعددة يمكن أن تكون مجالاً لدراسات أخرى في هذا الموضوع ومنها:

1- دراسة دور الإعلام بشكل عام بتنشئة الطفل (دور الفضائيات، المذياع، الصحف، المجلات...)

2- مجموعة دراسات لمراحل عمرية مختلفة للأطفال

3- دراسات حول دور الإعلام على الشباب

4- دراسات حول دور الإعلام على المرآة

5- دراسات حول دور الإعلام على المجتمع

6- مسح شامل لكل أرجاء فلسطين كل في موقعه، وعمل دراسات شاملة لكل الفئات العمرية، ولكل البيئات الاجتماعية ولكل الطبقات في المجتمع.

عاشرا:الدراسات السابقة للموضوع:و بعض ما كتب فيه:

المؤلفات في هذا الجانب كثيرة ومتشعبة منها العامة ومنها المتخصصة، فمن الكتب العامة والتي تتحدث عن الإعلام الإسلامي:

1- الإعلام الإسلامي مفاهيم وتجارب، لزهير الأعرجي.

وهذا الكتاب سلسلة من عدة كتب تتكلم عن الإعلام الإسلامي، مفهومه، أساليبه، القوى التي تؤثر فيه، الحروب التي تشن عليه...وغيرها، وهذا الكتاب هو الأول من هذه السلسلة، يتحدث فيها المؤلف عن الإعلام الإسلامي... مفاهيم وتجارب، وفيه إجابة عن سؤال كيف ينمو الطفل نمواً صحيحاً في جو البيت وفي محيط الأسرة مع وجود المؤثرات الخارجية

2-الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه - عناية الـلـه إبلاغ

وهذا الكتاب محاولة لسد الطريق أمام أعداء الإسلام في محاولاتهم الدنيئة في جلب أطفال المسلمين إلى التنصير، وفي الباب السادس منه: النظر إلى وسائل الإعلام بمنظار الإسلام تحدث فيه الكاتب عن وسائل الإعلام بشكل عام، وما فيها من سلبيات وإيجابيات وكيف يمكن تفصيلها في المجتمع المسلم، وفي الباب السابع تكلم عن الإعلام الإسلامي والرقابة، وفيه عن ضوابط الرقابة، ومفهوم الحرية في الإسلام في ساحة الإعلام وفي المجالات الأخرى

ومن الكتب المتخصصة في الموضوع:

1-ثقافة الطفل العربي في ضوء الإسلام - رؤية معاصرة لثقافة الطفل في رياض الأطفال والمدرسة الابتدائية - فهيم مصطفى

تكلم فيه الكاتب، وفي الفصل الثامن، عن المصادر المرئية والمسموعة لثقافة الطفل من إذاعة مرئية وإذاعة مسموعة ومسرح طفل وسينما طفل لما لهذه الوسائل من أثر كبير على الطفل، أهميتها، وعلاقتها بالمنهج الدراسية، إيجابيات وسلبيات

2-ثقافة الطفل (مجموعة من المؤلفين)

في الفصل السابع فيه يتكلم عن وسائط التثقيف ومنها الوسائط المسموعة والمرئية، الإذاعة - التلفزيون - السينما.. أهمية هذه الوسائط، المواصفات والشروط للبرامج الجيدة - وفي الكتاب أسس علمية يستند عليها تثقيف الطفل ومن يشتغل في هذا الموضوع.

3-الطفل المسلم بين منافع التلفزيون ومضاره، أ. د. محمد عبد العليم مرسي تكلم فيه المؤلف عن مرحلة الطفولة، وحقوق الطفل في الإسلام وعن وسائل الإعلام عامة، وتأثير الجوانب الإيجابية للتلفاز على الأطفال، والجوانب السلبية، ودراسة ميدانية للآثار الإيجابية والسلبية للتلفاز على الأطفال في دول الخليج

4-الغزو الفكري في وسائل ثقافة الطفل المسلم " مظاهره وآثاره –تأليف:م.إسماعيل علي محمد. ركز فيه المؤلف على التلفاز كوسيلة من وسائل ثقافة الطفل، وما فيه من غزو فكري في جانب العقيدة، في الشريعة، في الأخلاق، في التاريخ وآثار هذا الغزو على الطفل وعلى الأمة

5-وأهم هذه الدراسات – كما أرى – دراسة قامت بها (نهى عاطف العبد) بعنوان أطفالنا والقنوات الفضائية – ذكرت فيها عشرات الدراسات في هذا الموضوع ثم قارنت بين هذه الدراسات وبين ما قامت به من دراسة للطفولة المتأخرة (8-12سنة)، وبينت فيها الكثير مما يتعلق بالأطفال في هذا المجال

وقد ذكرت من بين الدراسات التي أجريت:

*دراسة سلاح رشاد الدوادسة بعنوان: " استخدامات الجمهور الفلسطيني للقنوات الفضائية العربية والاشباعات المتحققة "

أجريت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها (400) مفردة من قطاع غزة بفلسطين وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

1- يمتلك (95%) من عينة الدراسة جهاز استقبال القنوات الفصائية

2- يشاهد (75.2%) القنوات الفضائية العربية بشكل منتظم

3- معرفة أهم دوافع مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية

4- أهم القنوات الفضائية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها ((ص(78) من الكتاب))

*دراسة حسين أبو شنب (1999) بعنوان (استخدام الطفل الفلسطيني للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة) على عينة عشوائية بسيطة قوامها 200 مفردة من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين السادسة والثامنة عشرة من قطاع غزة

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

يتعرض 39% للقنوات الفضائية لأقل من ثلاث ساعات

32% لأكثر من ثلاث ساعات

25% لأقل من ساعتين

4% لأقل من ساعة ((ص (102) من الكتاب))

*دراسة كي.روي (1998) (Roe.K.) بعنوان: (الأولاد سيظلون أولاد والبنات سيظلون بنات: الاختلافات في استخدام الأطفال لوسائل الإعلام حسب متغير النوع)

هذه الدراسة التي أجريت على عينة قوامها (1001) طفل تتراوح أعمارهم ما بين(9-12عاماً) اهتمت بمتغير النوع وتأثيره على طبيعة استخدام وسائل الإعلام وتوصلت الدراسة إلى أن متغير النوع يؤثر تأثيراً كبيراً في عادات وأنماط المشاهدة وتفصيلات المضامين.... ((ص(117) من الكتاب))

***دراسات سابقة (حول برامج الأطفال):**

دراسة ابتسام أبو الفتوح الجندي (2002) بعنوان: (نحو إنتاج برامج تلفزيونية ناجحة للأطفال: الصعوبات والحلول)

مشكلات خاصة بطبيعة العمل متمثلة في عدم وجود أهداف محددة للعمل في مجال الأطفال وعدم الاستفادة من المتخصصين في مجال الطفولة لعدم التفرغ وسيطرة الرؤساء، أما المشكلات المتعلقة بالظروف المحيطة: فقد تضمنت قلة الدخل وعدم توفر التكنولوجيا الحديثة والتخبط في التخطيط لثقافة الطفل على المستوى القومي.((ص(136))

*دراسة أحمد محمد عبد الله (2002) بعنوان القيم التي تعكسها برامج الأطفال في القنوات الفضائية العربية... شملت العينة 45 حلقة من برامج الأطفال شغلت (35) ساعة من ساعات الإرسال.

من النتائج:

•تأتي قيمة المشاركة الاجتماعية في مقدمة القيم الاجتماعية الايجابية التي وردت في برامج الأطفال في الفضائيات بنسبة (41.52%) تلتها قيمة التنافس الحر (33.10%) ثم قيمة التعاون (12.44%)، ثم قيمة احترام وتقدير الكبار (6.96%) ثم قيمة التسامح (3.45%)، ثم قيمة الكرم (1.94%)، الاستقلالية (0.56%)

•جاءت قيمة (الإيمان بالله) في المركز الأول من القيم الدينية بنسبة 27.72%) قيمة الجهاد (23.68%) قيمة إقامة الفرائض (18.42%) قيمة احترام وطاعة الوالدين (15.79%) قيمة الصدق (9.40%) قيمة الأمانة (3.1%) قيمة طاعة أولي الأمر (1.88%) 0((ص(136)من الكتاب))

* دراسة سهير محمد بسيوني خلف (1987) بعنوان (القيم المتضمنة في بعض برامج التلفزيون الموجهة للأطفال في مصر)على عينه من برامج الأطفال التلفزيونية التي تمت إذاعتها خلال دورة إذاعية تمتد من أول يناير 1984 إلى آخر مارس 1994 وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

أن برامج الأطفال التلفزيونية لا تقدم مجموعة متكاملة أو متوازية من القيم بل تقدم نسبة كبيرة من السلوكيات السلبية التي لا تتفق مع أهداف المجتمع وقيمه، وتقدم المواد الدينية في برامج الأطفال بطريقة جافة تدعو إلى الملل، ولا تجذب الأطفال وتجعلها تبدو منفصلة عن واقع الطفل وحياته اليومية، وتبين أنه كلما زاد ارتباط البرنامج بالأساس ادديني زادت نسبة القيم الإيجابية فيه. ص(152)

*دراسة محمود حسن إسماعيل (1996) بعنوان:(العنف في أفلام الرسوم المتحركة بالتلفزيون واحتمالية السلوك العدواني لدى عينة من أطفال ما قبل المدرسة)

من النتائج أن الأطفال في مرحلة ما قبل المدرسة يتأثرون بمشاهد العنف في أفلام الرسوم المتحركة بالتلفزيون سواء كانت هذه المشاهدة بصورة مكثفة أو بصورة أقل

وذلك بسبب التأثير القوي لهذه الأفلام، فالطفل يتأثر بها من أقل عدد مرات مشاهدة. ص(157)

وأخيرا أرجو الـلـه تعالى أن يوفقني في عملي هذا، ويكتب لي السداد فيه، فإن أحسنت فله الحمد، وإن أسأت فمني ومن تقصيري

فايزة أحمد سليم

المبحث الأول: وقفة مع التلفاز

يعد التلفاز الوسيلة الإعلامية الأكثر رواجا وشيوعا, والذي يحتـل المكانـة الأولى بـين النـاس جميعـا على اختلاف مستوياتهم وأماكن وجودهم, ففي حين يعتبره بعض الناس جهاز تسلية وترفيه يقضون حوله ساعات فراغهم, ينظر إليه قسم آخر على أنه يملك إمكانيات سياسية وتعليمية وتثقيفية واقتصادية واسعة حيث يمكن أن يلعب دورا خطيرا في حياة الأمم.

وإذا كان الطفل في بيئة اجتماعية لا تخلو من الأخطاء فإن وسـائل الإعـلام ومنهـا التلفـاز لا يمكـن إعفاؤها من المسئولية، ولقد أثبتت الدراسات أن التلفاز له أكـبر الأثـر عـلى تـصورات وسـلوكيات الأطفـال بسبب عدم تكون معايير لديهم بحكم قلة معرفتهم وخبرتهم. فمما يؤخذ عـلى محطـات التلفـزة العربيـة إغفالها برامج الأطفال المتخصصة، وكثرة جوانب الخيال والعنف في البرامج المقدمـة بـدلا مـن التركيـز عـلى العقائد والقيم الإسلامية، بل إن برامجها –في الأكثر –مستوردة من الخارج ففيها من الدمار للدين والأخلاق ما لا يخطر على بال، ومن أجل الوقوف على ما للتلفاز من أخطـار أجريـت هـذه الدراسـة الميدانيـة عـلى (180)طفلا وطفلة من أطفال ما قبل المدرسة, لـسن (4-6)سـنوات في منطقـة سـلوان -القـدس، تـم فيهـا العمل بطريقتين:

الطريقة الأولى:

سؤال الأطفال أنفسهم عما يشاهدونه ويفضلونه من برامج تعرض على التلفاز, وسمح لهم بأكثر من إجابة, فأجاب بعضهم بأربع إجابات كحد أعلى, واكتفى بعضهم بإجابة واحدة كحد أدنى وكانت النتائج كما يلي:

جدول الذكور:

وفيه تظهر إجاباتهم، وقد جاءت بعفوية وتلقائية تمثل ما يجيش في نفوسهم، وعددهم (102)طفلا

اسم البرنامج	العدد	اسم البرنامج	العدد	اسم البرنامج	العدد	اسم البرنامج	العدد
توم وجيري	89	بات مان	17	سوبرمان	14	سلاحف النينجا	14
نقار الخشب	11	سبايدرمان	10	كونان	8	تلتبير	7
برامج حيوانات	6	الأرنب	6	ساندي بل	3	كابتن ماجد	3
سكوبي دو	3	كابتن رابح	3	أخبار	3	جاكيشان	3
سندباد	3	مسلسلات	3	السمك	2	الفيل	2
كوكو	2	بيكيمون	2	أفلام	2	المتحولون	2
قران	2	ليالي الصالحية	2	كونت	1	فلة	1

هافي كروكت	1	كان يا ما كان	1	تار المشاكس	1	تيمون وبومبا	1
بطوط	1	سيمبا	1	دريجمبوب	1	يوغي	1
فرونجر	1	ملك العدالة	1	يوحي يو	1	باروجس	1
تويتي	1	بي بليد	1	دب دون	1	برنجس	1
كونت	1	هوبي	1	البطة	1	البعاء	1
فيمي	1	ماوكلي	1	جراشكير	1	الحصان	1
الدرب	1	فلم رعب	1	حميل وهناء	1	التعريبة الفلسطينية	1
عيش سفاري	1	جريرة فوفو	1	الأحوان المختلفان	1	أغاني دينية	1
سيملاي جاك	1	سابق ولاحق	1	شارع سمسم	1	أغاني نانسي	1

جدول الإناث:

وفيه تشابه في بعض المواقع واختلاف في غيرها، وعددهن (78)طفلة.

اسم البرنامج	العدد	اسم البرنامج	العدد	اسم البرنامج	العدد	اسم البرنامج	العدد
توم وجيري	64	تلتبيز	16	ساندي بل	10	نقار الخشب	7
الجاسوسات	6	فلة	5	الأرنب والثعلب	4	أنا وأختي	4
كونان	4	سندباد	3	سوبرمان	2	سبايدرمان	2
ليالي الصالحية	2	نصار	2	كدز بور	2	سلاحف النينجا	1
مسلسل	2	العنكبوت	1	سبانك	1	الضاحكون	1
جزيرة فافا	1	توشكار	1	أبطال الديجيتال	1	الدببة الخضراء	1
عدنان ولينا	1	الديناصور	1	الخوالي	1	الشبح	1
أفلام	1	تاز	1	ريمي	1	ساندريلا	1
ألعاب	1	فلبر	1	حيوانات	1	يولاندا	1
باربي	1	اكيرة	1	همتارو	1	التوأم المختلف	1
بطوط	1	سالي	1	أحلام فتاه	1		

- مما سبق يتبين أن أكثر البرامج المفضلة للأطفال-على الإطلاق ودون تمييز للنوع- هي: (كرتون) توم وجيري

- أفضل خمسة برامج عند الذكور بعد توم وجيري:بات مان, ثم سوبر مان وسلاحف النينجا, ثم نقار الخشب، ثم سبايدرمان, وأما الإناث فأكثر البرامج تفضيلا بعد توم وجيري هي: تلتبيز، ثم ساندي بل, ثم نقار الخشب، ثم الجاسوسات, وأخيرا فلة

- وبهذا يظهر اتفاق الذكور والإناث على تفضيلهم بعض البرامج، مثل:توم وجيري ونقار الخشب، واختلافهم في بعضها الآخر نتيجة لطبيعة كل منهما، ففي حين يفضل الذكور:بات مان وسوبرمان وسبايدر مان وسلاحف النينجا، تفضل الإناث تلتبيز وساندي بل والجاسوسات وفلة.

- يظهر جليا تفضيل الذكور: لقسمين من البرامج, الأول ما فيه حيوانات, والثاني ما فيه قوى خارقة، يسيطر السلوك العنيف على المضمون المقدم 000.وتفضيل الإناث لبرامج تتناسب مع طبيعتهن الناعمة وعدم رغبتهن بمشاهدة العنف والخيال الزائد

- إن أكثر إجابات الأطفال خاصة بالرسوم المتحركة الكرتونية، فالرسوم فيها تسلية، وإثارة, وموضوعاتها شيقة وجذابة, وتشغل أوقات لفراغ، وفيها تعليم وقوة.ولكن خطرها يكمن في أن أكثرها أجنبية، وفيها قيم مخالفة لقيمنا بعيدة عن ديننا ومبادئنا وعاداتنا وتقاليدنا، وهذا فيه خطورة على الأطفل في هذا السن فهم يؤمنون بواقعية لمضامين التلفزيونية وبالتالي يتأثرون بها، وبالتالي تتم عملية التشويش على ذهن الطفل.

- ثلاثة من الذكور كان من ضمن ما يفضلونه الأخبار, واثنان يحبان القرآن, وواحد يحب أغاني نانسي, وثلاثة مسلسلات من غير ذكر أسماء، واثنان مسلسل ليالي الصالحية, وواحد مسلسل التغريبة, وواحد جميل وهناء وواحد فلم رعب, وواحد أغاني

دينية, واثنان أفلام من غير تحديد... وأبدت اثنتان من الإناث تفضيلهن للمسلسلات, وحددت ثلاثة منهن مسلسل سارة, واثنتان ليالي الصالحية, واثنتان مسلسل نصار, واثنتان تفضلان الأناشيد الدينية... وهذا يظهر إن الأهل يشاركون أطفالهم معهم عند مشاهدتهم للتلفاز، والخطورة تكمن في إشراكهم بمشاهدة الأفلام والمسلسلات والأغاني –على ما في معظمها من فساد، فهي معدة للكبار وليس للأطفال

● كثرة الإجابات، ومعرفة أسماء برامج عديدة، واختيارات متنوعة، مما يدلل على وجود كم هائل من المعروض للطفل، والذي هو بأمس الحاجة إلى وقفة متأملة من مختصين وأصحاب القرار وحتى الأسرة ليقوم كل منهم بمسئوليته في الدراسة والتحليل ومعرفة ما يصلح وما لا يصلح

تحليل لبعض المضامين في بعض برامج الأطفال:

***توم وجيري:**

برنامج كرتون للأطفال، عدواني يظهر فيه عدم التوافق، يبدأ وينتهي بعمل خطط ومكائد مع الفكاهة، تتوفر فيه

عناصر الإثارة:سرعة، حركة مستمرة، موسيقى, أصوات, ألوان, خفة... يتعلم منه الأطفال العداء والعنف والكيد والمكر والخديعة، وفوق هذا قد يصل الأمر إلى الكفر في بعض اللقطات ففي مشهد من المشاهد يصعد توم إلى السماء...وتمثل عملية حساب وعقاب...والذي يقوم بحسابه كلب على مكتب...

<u>*ساندي بل:</u> (أجراس الأحد) مسلسل للأطفال يحكي قصة صحفية صليبية تبحث عن أمها, وتحصل فيه علاقات غرامية يكون نتيجتها الحقد والتنافس غير المشروع... والأغنية تدل على شخصيتها التبشيرية: (أنا صوت محبة ينادي ويدعو لخير الكل) الأسماء فيه أجنبية، والأخلاق غربية مع أنها تحب الخير للجميع وتساعد من يحتاج إلى مساعدة

*سوبر مان: رجل يطير في الهواء، يتمتع بقوة عجيبة خارقة فوق تصور البشر(خيالي)، هدفه المساعدة، ويحقق انتصار الخير على الشر.خطورته تكمن في أن الأطفال يؤمنون بواقعية ما يشاهدونه وبالتالي يتأثرون به ويحاولون تقليده

*بات مان: يبدو أنه يحقق نفس أهداف السوبرمان، ويختلف عنه بأنه يلبس لباسا خاصا يظهر عند المواقف الحرجة فيساعد الناس، وينتصر الخير.

*كونان:محقق خيالي لجرائم كبيرة:(سم, قتل, طعن, سرقة) يقوم كونان بتحليل القضايا بعقلية خارقة، يتعلم منه الطفل التفكير مع تعرفه على عالم الجريمة، وفيه إمعان بالخيال فالبطل مع أول حلقة كان كبيرا فأسقوه مادة، فصغر حجمه وبقي صغيرا....

*فلة:فتاة عاشت مع زوجة أبيها الساحرة، فتغار منها وتعمل جهدها لقتلها بطرق شتى (وضع سم في التفاحة، في المشط)... يساعدها الأمير في النهاية

*البيكيمون:تعد القيمة العامة هي انتصار الخير على الشر, وفيها قيم أخرى ايجابية، بالإضافة إلى استخدام عناصر جذب وإثارة, ألوان جذابة, حركة كثيرة, عناصر تشويق، لا معلومات تثقيفية تضاف إلى رصيد الطفل المعرفي، وبعض الألفاظ خارجة عن الذوق العام، والأهم أنها تعزز نظرية التطور (فكرة داروين)

*سندباد:فيه: المارد الأسود- جن –سحر(ياسمينة فتاة سحرت فأصبحت طائرا).... جزيرة خضراء تظهر على ظهر الحوت...هذه السلبيات تظهر مع حب الأخلاق النبيلة وحب مساعدة الآخرين.

*الجاسوسات: ثلاث فتيات لهن قوة خارقة يعملن على مساعدة الآخرين، يظهر فيه التقدم العلمي المتطور، وفيه مخالفات شرعية كثيرة، وحقيقة يكفي اسم هذا البرنامج للنفور منه

بعد هذا العرض لبعض ما يعرض على أطفالنا وما يفضلونه من برامج، والتحليل لبعض المضامين، أنقل بعض ما ذكر في هذا الموضوع عن كتاب ومؤلفين تحدثوا عن هذا

الموضوع،فقد:" أكدت الدراسات والبحوث العلمية أن بعض برامج الرسوم المتحركة أو ما يسمى بأفلام الكرتون التي تبث عبر العديد من الفضائيات تلعب دوراً بارزاً ومؤثراً في تنمية مواهب الأطفال وتطوير قدراتهم اللغوية والفكرية من خلال مضمون ومحتوى يتناسب مع المراحل العمرية لهم في إطار إعلامي جذاب تستخدم فيه التقنية الحديثة بشكل كبير.. ولكن على الرغم من هذه الفائدة، فإن الأمر لا يخلو من الخطورة إذ أن الكثير من هذه الأفلام يساعد في تكريس مفاهيم وقيم تدعو إلى العنف والبخل والاغتراب الثقافي مما يتعين معه صياغة خطة ورؤية إعلامية وفنية تقف سداً منيعاً للحيلولة دون وصول مضامين هذه الأفلام إلى الأطفال، إضافة إلى المسؤولية الكبيرة الملقاة على عاتق الأسرة في تصحيح بعض الأفكار الواردة في هذه الأفلام وضرورة ربطهم بدينهم وأعرافهم وقيمهم الإسلامية"[1].

ويقول محمد بن مصطفى الديب في كتابه التربية على سقوط الهمة، عن " أثر أفلام الكرتون:

1. تهدم العقيدة الصحيحة عند الأطفال000

2. تربي الأطفال على السطحية في التفكير والخوض في التفاهات

3. تغرس فيهم أخلاق وسلوكيات الكفار من تبرج واختلاط ورقص وتدخين وكذب "[2]

من جانب آخر علق الأستاذ علي يوسف المحمود على الموضوع بقوله:" دراسات تربوية متعددة أشادت ببعض الأعمال الفنية المتعلقة بالرسوم المتحركة لما تحتويه من

1أفلام الكرتون نقمة أم نعمة علي أطفالنا

http://www.alufuq.info/artides.php?sub=149&id=390&mvol=32&miss=2005

2 محمد بن مصطفى الديب. "التربية على سقوط الهمة "، ط(1)، دار الرضا، مصر، (2006 م)، ص 258

مضامين قصص تاريخية صممت في قالب إعلامي مميز وبشكل يجذب الأطفال لقضاء أطول الأوقات لمتابعتها، مشيراً إلى أن هناك فضائيات تخصصت في هذا المجال وفرضت نفسها بقوة على الأطفال وشدت انتباههم الفكري والعقلي"[1].

وفي برنامج (جلسة) الذي بث على قناة المجد بتاريخ: 04/25 / 2006، كان ضيف الحلقة:

الدكتور مساعد بن عبد الله المحير وهو أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

موضوع الحلقة: أطفالنا وأفلام الكرتون

قال الدكتور مساعد:"قد أفاجئك لو قلت أنه في إحدى الدراسات التي طبقت على الأطفال في الكويت قام بها باحثان انتهوا إلى أن أربعين بالمائة من الأطفال معلوماتهم مغلوطة وخاطئة عن الله سبحانه وتعالى وعن النبي محمد ﷺ نتيجة لمشاهدتهم للمادة الكرتونية، يعني الآثار التي تترتب عليها في الجانب العقدي أصبح الناس يرونها على الأطفال ما الذي يقدم في كثير من هذه المواد يقدم فيها مادة تقول هذا الوحش الكاسر هو الذي يتحكم بالسحاب، هذا الساحر هو الذي يأمر السحاب فيمطر وهو الذي ينقذ السفينة من الغرق، والناس يلجئون إلى هذا الشخص بأسماء معينة أسماء المسلسلات دون أن نذكرها، فهو الذي ينقذهم 000أنا عندما أشاهدها بهذه الميزة لا أستغرب لأنها صنعت لمجتمع ينمي فيها هذه الأفكار، وقد يكون تؤمن أحياناً بعض المجتمعات بجزء من هذه الخرافة لكن المشكلة عندما تدبلج، وتدبلج لدينا بنفس الصيغة ونفس الفكر وأحياناً حتى تكون أكثر سوءًا ...."[2]

---

1 http://www.alufuq.info/articles.php?sub=149&id=390&mvol=32&miss=2005
2 http://www.almajdtv.com/prgs/archive/galsah/galsah-25-04-2006.html

الطريقة الثانية:

كانت الطريقة الثانية في العمل في هذه الدراسة هي توزيع استمارات على أهالي نفس المجموعة من الأطفال للإجابة عليها. فقد وزعت (180)استمارة -واستطاع (134)منهم الإجابة على الاستمارة وإعادتها، وهذه هي نسخة من الاستمارة:

بسم الله الرحمن الرحيم

دراسة حول تأثير التلفاز على أطفال منطقة سلوانا -لجيل (4-6 سنوات)

الرجاء من الأهل الكرام الإجابة على هذه الأسئلة -على نفس الورقة- بدقة وروية وصدق وموضوعية:

1- كم هو معدل عدد الساعات التي يقضيها الطفل أمام شاشة التلفاز؟ (......ساعة)

2- كم ساعة منها يقضيها مع الأهل؟ (.......ساعة)

3-كم ساعة يقضيها وحده(على التلفاز) أو مع إخوته الصغار؟ (......ساعة)

4- ما هي البرامج التي يتابعها؟ (   ) (   )(   )

5- ما هي المحطات التي يفضلها؟ (   ) (   ) (   )

6-هل يؤثر التلفاز على الطفل في النواحي التالية (ملاحظة:الإجابة بنعم- أو- لا-أو- في الغالب-أو- أحيانا- أو- نادرا-أو لا أدري)

أولا: الناحية الإيجابية:

1. زيادة اهتمام بالدين (   )
2. زيادة المحصول اللغوي (   )
3. زيادة المعلومات (   )

4. زيادة خبرات ( )

5. سلوك مرغوب فيه ( )

6. استثارة الخيال ( )

7. التربية الاجتماعية ( )

8. مهارات عقلية جديدة ( )

9. قوة في الشخصية ( )

ثانيا: الناحية السلبية:

1.العدوان ( )

2.العنف ( )

3.العزلة الاجتماعية ( )

4.إضاعة الوقت ( )

5.تعطيل النشاطات ( )

6.الكسل والخمول ( )

7.أخلاق غير مرغوب فيها ( )

8.تقليد للعادات الغربية ( )

9.بعد عن الدين ( )

7-هل للأسرة دور في توجيه الطفل أثناء مشاهدة التلفاز؟ (الإجابة:)

8-كيف يتم التوجيه ؟ (خطوات عملية)

-1

-2

-3

9-من فضلك:اكتب ملاحظاتك أو أي تعليق آخر

شكرا لتعاونكم

<u>وكانت النتائج كما يلي:</u>

***نتيجة الإجابة عن السؤال الأول: كم هو معدل عدد الساعات التي يقضيها الطفل أمام شاشة التلفاز؟**

- كان عدد الإجابات المعتمدة على هذا السؤال (125)إجابة من بين (134) استمارة، وفي تسع استمارات لم يستطع الأهل تحديد إجابة أو اكتفوا بالإشارة إلى إنه وقت قصير, أو إلى عدم رغبة الطفل في مشاهدة التلفاز.

- كان الحد الأعلى للإجابات (10)ساعات، لإجابة واحدة _والحد الأدنى نصف ساعة

- أغلب الإجابات بين ساعة إلى ثلاث ساعات.

- معدل الساعات التي يقضيها الطفل أمام شاشة التلفاز من مجموع الإجابات **هو: (<u>2:40</u>)،**

وأنا أرى أن هذا الوقت في مشاهدة الطفل للتلفاز يعتبر طويلا بالنسبة لعمره، وقد أجريت بعض الدراسات في هذا الموضوع، وتبين فيها أن الأطفال يقضون ساعات طويلة في مشاهدة برامج التلفاز، تتراوح بين 45 دقيقة في المتوسط لطفل الثالثة، ويزداد

هذا الرقم إلى ساعتين عند طفل الخامسة، ثم يرتفع إلى ثلاث ساعات يوميا عند طفل الحادية عشرة. إلى الخامسة عشرة[1].

***نتيجة الإجابة عن السؤال الثاني: كم ساعة منها يقضيها الطفل مع الأهل؟**

- عدد الإجابات المعتمدة لهذا السؤال (58)إجابة فقط _فلم يستطع الأهل في الغالب تحديد الوقت, فتركوا الإجابة, أو اخطأوا في فهم السؤال فكانت إجابتهم مبالغ فيها وكأنها إجابات عن بقاء الطفل مع أهله بشكل عام لذلك أسقطتها ولم اعتمدها.

- الحد الأعلى للإجابة تسع ساعات, وأما الحد الأدنى فهو ربع ساعة

- معدل الساعات **(2:03)**تقريبا.

- إن الأطفال في هذا السن -ونتيجة لتعلقهم بمن هو أكبر منهم وخاصة الأم، فإن مشاهدتهم للتلفاز تكون غالبا معهم.

***الإجابة على الثالث: كم ساعة يقضيها وحده (على التلفاز)أو مع إخوته الصغار ؟**

- عدد الإجابات المعتمدة على السؤال (97)إجابة, وبقية الاستمارات إما أن الأهل لم يقوموا بالإجابة, أو أن الإجابة كانت لا تتناسب مع ما ذكر من عدد ساعات مشاهدة التلفاز فقمت بإلغائها وعدم اعتمادها.

- الحد الأعلى للساعات (9)ساعات في حين أجاب مجموعة من الناس على أنه لا يجلس وحده أو مع إحوته الصغار مطلقا، فكانت(صفر) ساعة هي الحد الأدنى للإجابة0

- معدل الساعات **(1:57)**

---

1 بلقيس إسماعيل داغستاني، "التربية الدينية والاجتماعية للأطفال "، ط(1)، مكتبة العبيكان، الرياض، (2001 م)، ص 172

***الإجابة على السؤال الرابع: ما هي البرامج التي يتابعها ؟**

1) فكانت الإجابة كما يلي:

اسم البرنامج	عدد الأولاد	اسم البرنامج	عدد الأولاد	اسم البرنامج	عدد الأولاد	اسم البرنامج	عدد الأولاد
توم وجيري	76	أفلام كرتون	28	مسلسلات	19	الحيوانات	18
تلتبير	18	أفلام	11	برامج دينية	9	عيش سفاري	9
سلاحف النينجا	9	نقار الخشب	8	كونان	7	باور ريجز	6
ساندي بن	5	رياضة	3	كدر بور	3	الجاسوسات	3
فريق المهارة	2	جاكي شان	2	بات مان	2	التمساح لبيب	2
أغاني الأطفال	2	فلبير	2	أنا وأختي	2	المقاتل النبيل	2
بارني	2	أناشيد دينية	2	برامج تعليمية	2	تويتي	2
يوغي يو	1	سلام دانك	1	كابتن ماجد	1	كابتن رابح	1
بائع الحليب	1	الكاميرا الخفية	1	لوز وسكر	1	بيالي الحمراء	1

مارتن	1	ريمي	1	الدرب	1	فلة	1
قطار الحروف	1	ماوكلي	1	يولاندا	1	مارسوميلاني	1
بي بليد	1	سباق السيارات	1	كراش جير	1	كان يا ماكان	1
همتارو	1	الطفل المشاكس	1	سوبر مان	1	سالدباد	1
سبانك	1	سبايدر مان	1				

2) اكتفى بعض الناس بإجابة أو إجبتين على السؤال بدلا من ثلاثة.

3) أكثر البرامج متابعة هـي: تـوم وجـيري ، وتلتبيز،وسـلاحف النينجـا ، ونقـار الخـشب، وكونـان، وساندي بل، والجاسوسات.مع إهمال الإجابات العامـة مثـل: مسلـسلات، حيوانـات، أفـلام كرتـون، بـرامج دينية.

أوجه الاتفاق والاختلاف بين إجابات الأطفال أنفسهم وإجابات أهليهم:

- إن الاتفاق بين الإجابات –بشكل عام- هي أن الأطفال يشاهدون الرسوم المتحركة، وبكثرة، فهـي أفضل البرامج على الإطلاق –وهذا هو المتوقع في هذا السن.

- وأما الاختلاف فإن الأهل لم يذكروا إلا جزءا من البرامج في حـين زاد العـدد بـشكل ملحـوظ عنـد الأطفال أنفسهم (انظر الجدولين في بداية الفصل)

● ومن الاختلافات الملحوظة انخفاض نسبة أكثر البرامج تفضيلا بين مجموعة الإجابات، فمثلا:

- كان عدد من يفضل توم وجيري من الذكور (89) ومن الإناث (64)، أي(153) إجابة من بين (180)، في حين أجاب(76) فقط من الأهل من بين (134) على تفضيل هذا البرنامج

- نقار الخشب: (11) ذكور، و(7) إناث، وإجابة الأهل فقط إلى (8) للجنسين

- ساندي بل:إجابات الإناث فقط (10) وإجابات الأهل عن الجميع (5)

-سوبر مان وبات مان وسبايدر مان تأخذ أكبر النسب في إجابات الذكور ولا تكاد تذكر عند الأهل

وهكذا –فالأمثلة كثيرة –والسؤال:هل قام الأهل بسؤال أطفالهم قبل الإجابة أم أنهم قاما بالإجابة عنهم، والتعبير عن مشاعرهم في حبهم لبعض البرامج وتفضيلها على بعضها الآخر

***الإجابة على السؤال الخامس:ما هي المحطات التي يفضلها؟**

1)كانت الإجابات حسب ما هو مبين في الجدول التالي:

المحطة	العدد	المحطة	العدد	المحطة	العدد
MBC (3)	79	ART	64	spacetoon	42
الجزيرة للأطفال	17	قناة الحيوانات	8	المجد للأطفال	7
لرسالة	4	النجاح	4	LBC	3
MBC(4)	3	قناة الرياضة	2	الأخبار	2

المحطة	العدد	المحطة	العدد	المحطة	العدد
MBC(1)	1	المستقبل	1	عمان	1
التعليمية	1	العربية	1	دينية	1

2) كثير من الاستمارات اكتفى أصحبها بإجابة واحدة أو إجابتين فقط بدل الثلاث

3)ذكر الكثير من الأهل في للإجابة على هذا السؤال أسماء برامج وليس محطات مثل: قناة الحيوانات

4)أكثر المحطات مشاهدة هي:

- MBC (3):(79) إجابة وهي قناة عربية متخصصة للأطفال تبث برامجها 24 ساعة تقريباً, أغلب برامجها الرسوم المتحركة وأفلام الكرتون وأغاني الأطفال بالإضافة إلى فلم أجنبي للأطفال يومياً في المساء, بعض البرامج يدخل فيها السحر والقوة الخارقة في الانتقال من مكان إلى أخر عبر بوابات من خلال مسلسلات مترجمة للأطفال، مقدما البرامج هما شاب وفتاة سعوديان يتواصلان مع متابعي القناة بالرسائل والبريد الالكتروني والصور وعرضها خلال عرض برامج القناة.

- ART (64) إجابة، وهي قناة أطفال متخصصة فيها رسوم متحركة مختلفة المواضيع ولمختلف الأعمار وفيها أغاني للأطفال وأفلام مدبلجة للأطفال والمراهقين

- spacetoon (42) إجابة وهي قناة أطفال متخصصة، الرسوم المتحركة هي المضمون الغالب فيها.تقدم رسوم متحركة تحوي عنفا قد يكون أعمق تأثيرا من العنف المقدم في المضامين المعدة للكبار.والعنف غير مبرر وخيالي ولا يلقى أي نوع من العقاب.

● الجزيرة للأطفال:(17) إجابة وهي قناة متخصصة للأطفال تعرض بـرامج تثقيفيـة وترفيهيـة مـن مختلف أنحاء العالم, مقدمو البرامج شباب وشابات يتحدثون اللغة الفصحى في أكثر البرامج, بعض البـرامج تعرض مشاكل الأطفال مثل برنامج نظرة على وبرامج ثقافية في مختلف المجالات

5)ويلاحظ أن القنوات الإسلامية نالت إجابات أقل مثل:

● قناة المجد للأطفال (7) إجابات وهي قناة متخصصة للأطفال تقـدم العديـد مـن البـرامج المتنوعة الأهداف والمضامين، ولأنها تمثل البديل الإسلامي لما يعرض في التلفاز بشكل عام، فسأقف قليلا مع هذه المحطة وأذكر أمثلة مما تقدمه هذه القناة:

برنامج: (شارك معنا) يهتم كل حلقة بموضوع معين ومشاركات الناس في هذا الموضوع، وبرنـامج (واحة المشاهدين) الذي يبث لقطات مـن بـرامج يطلبهـا الأطفـال، وبـرامج المـسابقات مثـل(مجـود في الملعب) وهو عبارة عن متاهة يتحكم فيهـا الطفـل بـأزرار الهـاتف، وكـذلك برنـامج (مجـود في حديقـة الحيوانات) وهو أن يقدم الطفل لكل حيوان طعامه الخاص عن طريق أزرار الهاتف وبرنامج كلمة الـسر وبرنامج دوحة القرآن وأكلة هنية وفكـر والعـب وبرنـامج حـول العـالم حيـث يلتقـي فـرق مـن مـدارس يتبارون عـلى المركـز الأول بعـد تـصفيات مكونـة مـن (16) فريقـا000 وتحـوي القنـاة الأفـلام الكرتونيـة والأناشيد (أناشيد الألوان والأعداد والفصول ومواضيع مختلفـة, جميـع الأناشـيد تخلـو مـن أي مـؤثرات خارجية (موسيقى أو إيقاع) كلماتها معبرة وهادفة وأناشيد الرسوم المتحركة كذلك) والرسوم المتحركـة (تحث على عمل الخير قولاً أو فعلاً، بعض هذه الرسوم هـي موجـودة في القنـوات الأخـرى ولكـن معـدل عليها بعض التعديلات بانتقاء الصور فيها ود بلجة صوت تختلف كلياً عما هو مقدم في القنوات الأخـرى، حيث تحتوي على السلام وعبارات مـا شـاء اللــه وبـارك اللــه فيـك والحمـد لله، وهـذه الرسـوم تحـث عـلى التعـاون وحـب الغـير ومنهـا كـوالا والرحالـة المـسلم (وهـو الـسند بـاد مـدبلج) ومغـامرات

قشطة ونصوح نصوحة ومشكال)000و تبث الآذان بتوقيت مكة المكرمة (لجميع الصلوات) وبعده تعرض آية قرآن وحديث شريف

- الرسالة والنجاح قناتان حديثتان تعرضان برامج للأطفال تختلف عن البرامج في باقي المحطات، وتحاولان غرس العقيدة والقيم والمبادئ الإسلامية، وقد يكون فيهما بديلا آخر لمن يبحث عن البديل.

هذه هي نتائج خمسة أسئلة من الاستمارة التي وزعت، وستكون الإجابة على باقي الأسئلة في المباحث القادمة -إن شاء الله تعالى.

المبحث الثاني: الجوانب الإيجابية التي يتضح فيها أثر التلفاز في تنشئة الأطفال

من المؤكد أن التلفاز بما يعرضه هو أكثر وسائل الإعلام تأثيرا في المجتمع ككل وعلى الأطفال بشكل خاص, وذلك لطريقة عرضه للبرامج دون غيره من الوسائل:فالألوان الجميلة, والأصوات الإيقاعية الصاخبة, والحركات السريعة.... كلها وسائل إثارة وتشويق غير محدود تجعل الأطفال يجلسون حول التلفاز لساعات طويلة, ناهيك عن أنه في هذه الأيام متاح للجميع، فالذين لا يشاهدونه ويتابعون برامجه هم أفراد قلائل, لقد أصبح التلفاز اليوم بديلا عن الجلسات العائلية التي يتم فيها مناقشة أمور الحياة, وأصبح مصدرا للتسلية وإضاعة الوقت لقسم كبير من الناس, في حين أحسن الكثير غيرهم استغلاله فكان له آثار ايجابية واضحة المعالم كأي وسيلة من وسائل الإعلام, فهو سلاح ذو حدين يجد فيه كل إنسان بغيته, وخاصة في هذه الأيام بعد أن انتشرت الفضائيات الإسلامية بشكل عام.

ويمكننا الكلام عن بعض الجوانب التي يظهر فيها الأثر الايجابي على تنشئة الطفل من خلال:

- أولا: نتائج الإجابة على السؤال السادس من الاستمارة.

- ثانيا:مما قرره المختصون في هذا المجال, والإطلاع على بعض الدراسات في هذا الموضوع.

أولا:نتائج الإجابة على السؤال السادس (القسم الأول منه)

- هل يؤثّر التلفاز على الطفل في النواحي التالية (ملاحظة:الإجابة بنعم- أو- لا-أو- في الغالب-أو- أحيانا- أو- نادرا-أو لا أدري)

أولا: الناحية الإيجابية:

1. زيادة اهتمام بالدين ( )
2. زيادة المحصول اللغوي ( )
3. زيادة المعلومات ( )
4. زيادة خبرات ( )
5. سلوك مرغوب فيه ( )
6. استثارة الخيال ( )
7. التربية الاجتماعية ( )
8. مهارات عقلية جديدة ( )
9. قوة في الشخصية ( )

وكانت النتيجة ما تضمنه الجدول التالي:

الإجابات	نعم	لا	في الغالب	أحيانا	نادرا	لا أدري	امتناع
زيادة اهتمام بالدين	61	22	9	32	8	2	0

الإجابات	نعم	لا	في الغالب	أحيانا	نادرا	لا أدري	امتناع
زيادة المحصول اللغوي	63	12	20	22	3	9	5
زيادة المعلومات	80	7	14	25	7	1	0
زيادة الخبرات	71	17	2	25	12	5	2
سلوك مرغوب فيه	60	22	7	27	11	6	1
استثارة الخيال	54	28	9	19	10	2	12
التربية الاجتماعية	53	26	8	20	12	10	5
مهارات عقلية	75	9	9	21	9	3	8
قوة في الشخصية	74	15	7	19	4	9	6

**يتبين من الجدول أن الإجابات كانت على النحو التالي:

1. زيادة الاهتمام بالدين

(61) إجابة من بين (134) إجابة أي ما نسبته(45.6 %)تقريبا يرون أن التلفاز له أثر في زيادة الاهتمام بالدين وأن (9)منهم أي بنسبة (6,71 %)يرون أن له تأثير في الغالب و(32) أي بنسبة (24,62 %)يرون تأثيره أحيانا .

في حين يرى (22)منهم أي بنسبة (16,41 %) أن التلفاز ليس له أثر في زيادة الاهتمام بالدين، و(8) أي بنسبة (5,97 %) أجابوا بعدم معرفتهم للإجابة (لا أدري).

مما تقدم نجد أن للتلفاز أثر في زيادة الدين -أو له في الغالب -عند النصف وزيادة، فهل هو فعلا كذلك ؟ ربما ترتبط الإجابة بنوعية البرامج المشاهدة، والمحطات المتابعة، وفي دراسة قام بها (علي كدسة)، دلت نتائج الدراسة على أنه بقياس اتجاهات

الآباء نحو أثر التلفاز في تعميق الوازع الديني لدى الأطفال أوضحت الدراسة أن للتلفاز السعودي أثرا إيجابيا عاليا بالنسبة لذلك"حيث بلغ الاتجاه العام نحو هذا الأثر 82 %"[1]000

2. زيادة المحصول اللغوي

(63)إجابة أي ما نسبته (47,01 %)ترى أن للتلفاز أثرا في زيادة المحصول اللغوي في حين يرى (20)منهم أي بنسبة (14,92 %)أن له أثرا في الغالب ,و(22)أي بنسبة (16,41 %)أن له أثرا أحيانا 0

في حين يرى (12)منهم أي بنسبة (8,95 %) أن التلفاز ليس له أثر في زيادة المحصول اللغوي و(3) منهم أي بنسبة (2,23 %)أجابوا: نادرا ,و(9) أي بنسبة (6,71 %)كانت إجابتهم (لا أدري),وترك (5)الإجابة عن هذه الجزئية أي امتناع عن الإجابة بنسبة (3,73 %)0

من مجموع الإجابات يتبين نظرة الكثير من الناس إلى أن للتلفاز أثر في زيادة المحصول اللغوي، وحتى المختصين فإنهم يؤكدون هذه النظرة، ففي الدراسة التي أجرتها كاتبة سعودية، تحصر الكاتبة فيها آثار الإعلام المرئي الإيجابية في: مثل نشر الثقافة، وشغل أوقات الفراغ، والتوعية الدينية، ونشر الدعوة، وزيادة المحصول اللغوي وغيرها من آثار[2]

---

1 أ.د.محمد عبد العليم مرسي، "الطفل المسلم بين منافع التلفزيون ومضاره"ط(1)، مكتبة العبيكان، الرياض (1997 م) ص156

2 كتاب " الرسوم المتحركة والطفل" للباحثة السعودية الدكتورة فاطمة أحمد خليل أبوظريفة يصدر في طبعته الأولى عن الشبكة العربية للنشر والتوزيع ـ المملكة العربية السعودية، انظر:
http:/ www gesah.net/mag3/modules.php?name=News&file=article&sid=850

3. زيادة المعلومات

وكانت الإجابة على أثر التلفاز في زيادة المعلومات بما يلي:

(80)إجابة أي بنسبة (59,70 %)نعم, و(14) أي بنسبة (10,44 %) في الغالب، و(25) أي بنسبة (18,65 %)أحيانا.

في حين رأى (7) أي بنسبة (5,22 %)أن التلفاز ليس له أثر, ومثلهم أجابوا بـ(نادرا)، و(1) إجابة أي بنسبة (0,74 %) لا أدري.

وترى بلقيس داغستاني: أن التلفزيون يؤدي دورا مهما باعتباره رسالة ناقلة للمعلومات، وعرضا قويا للمعرفة، وترى أنه ربما كان تأثير التلفزيون بالذات في الأطفال أقوى وأعمق من تأثير أي وسيلة إعلامية أخرى نظرا لارتباط الصوت بالصورة، وعدم الحاجة إلى اتفاق القراءة والكتابة 0كما أن البرامج التي يرسلها التلفزيون تصل إلى كل البيوت وتنتقل آليا المعلومات وصور الحياة والأخبار [1]...

1. زيادة الخبرات:

أجاب (71) أي بنسبة (52,98 %)بنعم ,و(2) أي بنسبة (1,49 %) في الغالب و(25)أي بنسبة(18,65 %)أحيانا.

ويرى (17)منهم أي بنسبة (12,68 %) أن التلفاز ليس له أثر في زيادة الخبرات، و(12) أي بنسبة (8,95 %) أجابوا ب (نادرا)، و(5) أي بنسبة (3,73 %) لا ادري، و(2) أي بنسبة (1,49 %) امتناع وعدم إجابة .

---

1 داغستاني، "التربية الدينية والاجتماعية للأطفال "، ص 172، مرجع سابق

نعم يستطيع التلفاز أن ينمي خبرات الطفل العلمية والحياتية بعرض مجموعة من الشخصيات المحببة إلى نفس الطفل القريبة من سنه، والتي يسهل عليه تقمص أدوارها، والإقتداء بها، وهي تمارس أنشطة تتصل اتصالا وثيقا بحياته اليومية [1]

2. سلوك مرغوب فيه:كانت الإجابات:

(60) إجابة أي بنسبة (44,77%) نعم، و(7) أي بنسبة (5,22 %) في الغالب،و (27) إجابة أي بنسبة (20,14 %) أحيانا ، في حين أجاب (22) أي بنسبة (16,41 %) لا ، و(11) إجابة أي بنسبة (8,20 %) نادرا، و(6) إجابات أي بنسبة (4,47 %) لا أدري، و(1) عدم إجابة أي بنسبة (0,74 %).

حقيقة إن التلفاز في الغالب يربي عى السلوك المرغوب عنه أكثر من السلوك المرغوب فيه، وذلك لأن برامجه لا تتناسب مع عاداتنا وتقاليدنا –بل لا تتناسب مع ديننا ومبادئنا، ولكن إن أحسنا الاختيار لأبنائنا فإننا نستطيع توظيف هذا الجهاز في توجيه أبنائنا إلى البرامج المفيدة الهادفة، بدل البرامج المضيعة للوقت الهادمة.

3. استثارة الخيال:

(54) إجابة أي بنسبة (40,29 %) نعم، و(9) أي بنسبة (6,71%) إجابة في الغالب و(19) إجابة أي بنسبة (14,17 %) أحيانا.

و (28) إجابة أي بنسبة (20,89 %) لا، و(10) إجابات أي بنسبة (7,46 %) نادرا، و(2) إجابة أي بنسبة (1,49 %) لا ادري، وامتنع (12)عن الإجابة، أي بنسبة (8,95 %) .

---

1 مرسي، "الطفل المسلم بين منافع التليفريون ومضاره "، ص 118 0

يقول الدكتور طاهر شلتوت أستاذ الصحة النفسية: "يقضي الأطفال وقتاً طويلا يتابعون ما يسمى بالأفلام الكرتونية عبر القنوات الفضائية المختلفة التي تلعب دورا كبيرا في تنمية المواهب التخيلية لديهم، فضلاً عن تنمية الملكات العقلية".[1]

4. التربية الاجتماعية

(53) أي بنسبة (39.55%) نعم، و(8) أي بنسبة (5.97%) فأحياناً. و(20) إجابة أي بنسبة (14.92%) أحياناً.

في حين كانت الإجابات (26) أي بنسبة (19.40%) لا، و(12) إجابة أي بنسبة (8.95%) نادراً، و(10) أي بنسبة (7.46%) لا أدري، و(5) أي بنسبة (7.73%) عدم إجابة

وفي دراسة أجراها أحمد محمد عبد الله (2002) بعنوان القيم التي تعكسها برامج الأطفال في القنوات الفضائية العربية... شملت العينة 45 حلقة من برامج الأطفال، شغلت (35) ساعة من ساعات الإرسال، كان من النتائج

تأتي قيمة المشاركة الاجتماعية في مقدمة القيم الاجتماعية الإيجابية التي وردت في برامج الأطفال في الفضائيات بنسبة (41.52%) تلتها قيمة التنافس الحر (33.10%) ثم قيمة التعاون (12.44%)، ثم قيمة احترام وتقدير الكبار (6.96%) ثم قيمة التسامح (3.45%)، ثم قيمة الكرم (1.94%)، الاستقلالية (0.56%).[2]

---

1 أفلام الكرتون نقمة أم نعمة علي أطفالنا

http://www.alufuq.info/artides.php?sub=149&id=390&mvol=32&miss=2005

2 انظر: نهى عاطف العبد، "أطفالنا والقنوات الفضائية "، ص 136 .

5. إحداث مهارات عقلية جديدة:

(75) أي بنسبة (55.97%) نعم، و(9) أي بنسبة (6.71%) في الغالب، و(21) إجابة أي بنسبة (15.67%) أحياناً

و(9) إجابات أي بنسبة (6.71%) لا، ومثلها نادراً , و(3) إجابات أي بنسبة (2.23%) لا أدري , و(8) أي بنسبة (5.97%) عدم إجابة.

إن وجود برامج إيجابية مفيدة هادفه في التلفاز جدير بأن تكون سببا في تنمية المهارات العقلية، فمن البرامج الإيجابية:برامج تعليم الحروف والكلمات والأعداد والأشكال والألوان، وبرامج تعليم العلاقات والزمان والمكان، وبرامج الحيوانات، وغيرها من البرامج التي يكون لها أعظم الأثر في زيادة المهارات العقلية، وبطرق جذابة يبقى أثرها طويلا.

6. قوة الشخصية:

(74) أي بنسبة (55.22%) نعم، و(7) أي بنسبة (5.22%) في الغالب , و(19) إجابة أي بنسبة (14.17%) أحياناً

و (15) إجابة أي بنسبة (11.19%) لا , و(4) أي بنسبة (2.98%) نادراً , و(9) إجابات أي بنسبة (6.71%) لا أدري , و(6) أي بنسبة (4.47%) امتناع عن الإجابة

أثبتت الدراسة التي أجريت على أطفال في دول الخليج أن التلفاز يسهم في توليد حب المغامرة، وتنمية القدرة على التفكير السليم، وتنمية القدرات الخلاقة، وتنمية الثقة بالنفس، وهذه الأمور وغيرها لها علاقة في بناء شخصية الطفل.[1]

1 انظر: مرسي، "الطفل المسلم بين منافع التليفزيون ومضاره "، ص 160 0

وإلى هنا أنهي الكلام عن الآثار الإيجابية للتلفاز، بينتها من خلال الدراسة التي قمت بها ومن خلال بعض الدراسات السابقة، ولكن الأمر ليس على إطلاقه، بل يحتاج إلى تضافر جهود الكثيرين من أجل الوصول إلى هذه النتائج، وإلا فلتت الأمر من أيدينا وكانت النتيجة مجموعة من الآثار السلبية التي لا تحمد عقباها، والتي سأتحدث عنها في المبحث الثالث من مباحث هذا البحث.

المبحث الثالث: الآثار السلبية للتلفاز

كثير من الآباء ينظرون إلى جهاز التلفاز نظرة سطحية، كمن ينظر إلى قنبلة على أنها مجرد كرة حديد يمكن ركلها واللعب بها، ولا يعبأ بما في داخلها من المواد المتفجرة والقاتلة، ينظرون إلى التلفريون على أنه مجرد جهاز للتسلية، ولا يأبهون لمضمون ما يبثه من مواد سيئة وضارة. فمن باب التسلية هذا تدخل الشرور والمفاسد إلى عقول الأطفال وأنفسهم، فبعضها يظهر فورًا في أقوال الطفل وتصرفاته، وبعضها لا يظهر فورًا وإنما مع مرور الزمن، حيث يستمر دخول هذه الشرور والمفاسد بانتظام وتتراكم في داخل نفس الطفل وتدخل في صميم قناعاته الشخصية على أنها جزء حقيقي من السلوك الإنساني والاجتماعي، وعندما يكبر ويصل إلى مرحلة المراهقة حيث تبرز شخصيته ويزداد استقلالاً عن الكبار، تظهر هذه الأمراض في أخلاقه وتصوراته وسلوكه وأقواله، ويبدأ في التعامل مع أهله ومع الناس من خلال ما تجمع لديه من مشاهداته التلفزيونية[1].

***ويبين التأثير السلبي للتلفاز على الطفل من خلال الإجابة على القسم الثاني من السؤال السادس من الاستمارة وهو:** هل يؤثّر التلفاز على الطفل في النواحي التالية (ملاحظة:الإجبة بنعم- أو- لا-أو- في الغالب-أو-أحيانا- أو- نادرا-أو لا أدري)

---

1 مقال :ولدك والتلفزيون، http://www.adnantarsha.com/Child.htm

ثانيا: الناحية السلبية:

1.العدوان ( )

2.العنف ( )

3.العزلة الاجتماعية ( )

4.إضاعة الوقت ( )

5.تعطيل النشاطات ( )

6.الكسل والخمول ( )

7.أخلاق غير مرغوب فيها ( )

8.تقليد للعادات الغربية ( )

9.بعد عن الدين ( )

الإجابة على هذا السؤال في الجدول التالي:

الإجابات	نعم	لا	في الغالب	أحيانا	نادرا	لا أدري	امتناع
العدوان	20	65	1	33	6	___	9
العنف	26	73	1	26	7	___	1
العزلة الاجتماعية	10	102	3	12	5	2	----
إضاعة الوقت	33	52	6	33	5	2	3
تعطيل النشاطات	17	80	6	13	10	3	6
الكسل والخمول	10	91	___	24	7	___	2

الإجابات	نعم	لا	في الغالب	أحيانا	نادرا	لا أدري	امتناع
أخلاق غير مرغوب فيها	8	100	___	16	6	1	3
تقيد للعادات العربية	13	92	2	16	7	___	4
بعد عن الدين	12	105	3	6	3	3	2

يتبين من الجدول أن نسبة تأثير السلوك السلبي على الطفل في هذه المرحلة كانت كما يلي:

1. العدوان:

(20) إجابة من بين(134)أي بنسبة (14.92%) فقط ترى أن الطفل (نعم) يتأثر سلوكه نحو العدوان بمشاهدته للتلفاز و(1) إجابة أي بنسبة (0.74%) في الغالب، و(33) إجابة أي بنسبة (24.62%) يتأثر أحياناً, وأن (65) إجابة أي بنسبة (48.5%) ترى أنه لا يتأثر وأن(6)إجابات أي بنسبة (4.47%) ترى أن التأثر نادراً, و(9) إجابات أي بنسبة (6.71%) عدم إجابة.

يبدو أن الإجابات لهذا الجيل تختلف عنها لباقي الأجيال، فالطفل في هذا السن يبدأ بالتحزين، وسيكون الأثر ظاهرا على المدى البعيد، بتكرار الخبرات مرة بعد مرة، ورؤية المشاهد طوال الوقت أو أن الأهل حقيقة لا يدركون ما يدور حولهم -بل أمام أعينهم.

إن ما يقدم على شاشة التلفاز هو عملية تربوية لها أبعادها ومراميها، وقد فطن لهذا الأمر كثير من المفكرين 000 فقامت دراسات تبين فاعلية ما يقدم من صور العنف على الشاشة 000وكان لذلك أثره في جرائم الأحداث، وفي المعاكسات، والمسلم عندما

يحيا مع التلفاز بقيم تغاير القيم التي أرساها الإسلام في عالم الرقي والفضيلة، لينحدر إلى عالم الإسفاف والرذيلة.

2. العنف:

(26) إجابة أي بنسبة (19.40%) نعم، و(1) إجابة أي بنسبة (0.74%) في الغالب, (26) إجابة أي بنسبة(19.40%) أحيانا و(73) أي بنسبة (54.47%) لا, (7) إجابات أي بنسبة (5.22%) نادراً , و(1)إجابة أي بنسبة (0.74%) امتناع.

مشاهدة العنف الشائع في أفلام الأطفال قد يثير العنف في سلوك بعض الأطفال، وتكرار المشاهد التي تؤدي إلى تبلد الإحساس بالخطر وإلى قبول العنف كوسيلة استجابية لمواجهة بعض مواقف الصراعات، وممارسة السلوك العنيف، يؤدي ذلك إلى اكتساب الأطفال سلوكيات عدوانية مخيفة، إذ إن تكرار أعمال العنف الجسمانية والأدوار التي تتصل بالجريمة، والأفعال ضد القانون يؤدي إلى انحراف الأطفل.[1]

وفي دراسة أجراها وينستون وآخرون (2000) بعنوان: (تأثير مشاهد العنف والجريمة في برامج الأطفل، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

1- أن (47%) من برامج الأطفال عينة الدراسة تضمنت مشهداً على الأقل يتضمن أعمالاً إجرامية بدون تعرض مرتكبيها لعقوبات مما قد يشجع الطفل على تقليد هذه السلوكيات مستقبلاً.

2-أن (56.8%) من برامج الأطفال في القنوات الفضائية تضمنت مشاهد بها سلوكيات عنيفة مقابل (23.1%) من برامج الأطفال في القنوات الأرضية العامة

---

1 وسائل الإعلام والطفل - المصدر: مفكرة الإسلام
www.masrawy.com/islameyat/Articles/was21.aspx

3-حصلت المسلسلات الكارتونية على المرتبة الأولى من حيث المشاهد العنيفة التي لا تلق عقاباً (60.3%) مقابل (33.4%) من البرامج الحية

4- تحوى القنوات الفضائية وخاصة المسلسلات الكارتونية المعروضة في برامج الأطفال بها على عنف غير مبرر ولا يلقى أي نوع من العقاب الآني والمستقبل.[1]

وأشارت بعض التقارير الصادرة عن منظمات دولية أن ما يتراوح بين 25-30%من أعمال العنف في سائر أنحاء العالم سببها مشاهدة العنف في لتلفزيون.[2]

3. العزلة الاجتماعي

يرى(10) من الأهل، أي بنسبة (7.64%) أن التلفاز يؤثر على عزلة الطفل اجتماعياً, و(3) إجابات أي بنسبة (2.23%) أن التأثير في الغالب, و(12) إجابة أي بنسبة (8.95%) أنه يؤثر أحياناً, ويرى (102) أي بنسبة (76,11 %)أن التلفاز ليس له تأثير على هذا المجال, و(5) إجابات أي بنسبة (3.73%) أن التأثير نادراً, و(2) إجابة أي بنسبة (1.49%) لا أدري.

إن من المشكلات التي صاحبت انتشار التلفاز أن الأفراد داخل الأسرة الواحدة أصبح كل واحد منهم معزولا عن الآخرين، سواء كانت هذه العزلة جسمانية، أي علي شكل الانفصال عن الآخرين عند مشاهدة بعض البرامج 000 أو كانت هذه العزلة معنوية حين يجلس نفر من أفراد الأسرة لمشاهدة بعض البرامج سويا، ولكن يلفهم الصمت التام، حيث يعيش كل فرد منهم منفردا بمشاعره مع أحداث البرنامج [3]...وفي دراسة أجرتها ختام البيطار حول تأثير الفضائيات في الأسرة في الإمارات، أكدت أن

---

1 نهى عاطف العبد :"أطفالنا والقنوات الفضائية "ص 139 -140 .

2 م. إسماعيل علي محمد، "العرو الفكري في وسائل ثقافة الطفل المسلم "، ط (1)، دار الكلمة، مصر، (1999 م)، ص 173 .

3 مرسي، "الطفل المسلم بين منافع التليفزيون ومضاره"، ص136 -137 .

الفضائيات أصبحت الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تستحوذ على الأسرة الإماراتية بشكل خاص والأسرة العربية بشكل عام، وهكذا أخذت الفضائيات الجزء الأكبر من الوقت الذي كان مخصصاً للأسرة لتبادل الحوار بين أفرادها وحولت أفراد الجلسات الأسرية إلى مشاهدين ومستمعين كما ساهمت مشاهدة الأسرة العشوائية برامج الفضائيات وخاصة تلك التي تعتمد على الإثارة ومخاطبة حواس الناس في تفريغ العلاقة الأسرية وجعلها خالية من المبادرة بين أفرادها[1].

ومرة أخرى يبدو أن تعلق الطفل الشديد بأمه في هذه المرحلة جعل نتائج الإجابات على الأسئلة على غير ما هو متوقع.

4. إضاعة الوقت

يرى(33) أي بنسبة (24.62%) أن التلفاز (نعم) له تأثير في إضاعة الوقت, و(6) إجابات أي بنسبة (4.47%) أحياناً, و(33) إجابة أي بنسبة (24.62%) أحياناً, في حين كانت إجابات(52) أي بنسبة (38.8%) لا, و(5) إجابات أي بنسبة (3.73%) نادراً, و(2) إجابة أي بنسبة (1.49%) لا أدري, و(3)إجابة أي بنسبة (2.23%) امتناع.

إن مشاهدة التلفاز ومتابعة برامجه قد يكون فيه إضاعة للوقت إذا لم تكن البرامج هادفة ومفيدة، ولقد ذكرت بعض الدراسات هذا الأمر، فقالت:إن الكثير من أفراد المجتمع وعائلاته عمل على إعادة نظام حياتهم اليومية بناء على برامج التلفاز وتكاد تكون هذه ظاهرة في كثير من البلدان والمجتمعات فقد جاء في بعض الدراسات أن 60% من العائلات الأمريكية اعترفت بأنها غيرت مواعيد النوم بسبب برامج التلفاز كما أن 55% من العائلات غيرت مواعيد تناول الطعام.ومن المعايشة مع المجتمع العربي نجد أن هذه الظاهرة أصبحت واضحة في كثير من المجتمعات العربية والسودانية حتى أصبح

---

1 دور الفضائيات.. في زيادة وتيرة الانحراف معتز محيي عبد الحميد
http://www.alfayhaa.tv/main/showart.php?artID=5&catID=1

موعد بث المسلسل التلفازي من الأوقات التي تجمع أفراد العائلة بل تجمع معهم من يكون في ضيافتهم، بل انصرف كثير من الشباب نحو البرامج التلفازية على حساب مواعيد المذاكرة والتحصيل خصوصاً في المناسبات القومية والرياضية والأحداث العالمية والمحلية حيث يستمر البث الإذاعي والتلفازي إلى ساعات منتصف الليل.[1]

5. تعطيل النشاطات:

أجاب (17) أي بنسبة (12.68%)نعم، و(6) إجابات أي بنسبة (4.47%) في الغالب و(13)إجابة أي بنسبة (9.7%) أحيانا، وأجاب (80) أي بنسبة (59.7%) لا، (10)إجابات أي بنسبة (7.46%) نادراً, و(3) إجابات أي بنسبة (2.23%) لا أدري, و(6) أي بنسبة (4.47%) امتناع عن الإجابة.

إن بعض ما يقال في هذا البند هو مما قيل في البند السابق، فانظر مرة أخرى إلى الجملة السابقة: بل انصرف كثير من الشباب نحو البرامج التلفازية على حساب مواعيد المذاكرة والتحصيل خصوصاً في المناسبات القومية والرياضية والأحداث العالمية والمحلية حيث يستمر البث الإذاعي والتلفازي إلى ساعات منتصف الليل.

6. الكسل والخمول:

أجاب (10)أي بنسبة (7.46%) أحياناً,نعم يؤثر, و(24) إجابة أي بنسبة (17.91%) أحياناً,و(91)أي بنسبة (67.91%) أنه لا يؤثر, و(7)إجابات أي بنسبة (5.22%) نادراً, و2 إجبة أي بنسبة (1.49%) متناع.

الذي أثبتته الدراسات أن هذا الجهاز يحد من الحركة والنشاط ويؤدي إلى الكسل، وأكبر دليل على ذلك نظرة عامة عابرة لهيئة الأطفال أثناء متابعتهم للبرامج:أجساد

---

1 د. أحمد حسن محمد، الإعلام التلفازي ودوره في التأثير
http://www.meshkat.net/new/contents.php?catid=6&artid=6243

صغيرة مستلقية على الأرض على ظهورها أو في حالة انبطاح على الأرض، لا تكاد تتحرك [1]

7. أخلاق غير مرغوب فيها:

كانت الإجابات: (8) إجابات أي بنسبة (5.97%) نعم , و(16)إجابة أي بنسبة (11.94%) أحيانا في حين أجاب (100) أي بنسبة (74.62%) ب (لا) , و(6) إجابات أي بنسبة (4.47%) نادراً , و(1) إجابة أي بنسبة (0.74%) لا أدري , و(2) أي بنسبة (1.49%) امتناع.

ينبغي ألا نلقي باللائمة على الفضائيات فحسب، إذ يجب أن يكون لرب الأسرة دور فاعل ومؤثر، لأن الكثير من هذه الأعمال تحمل في مضمونها نشر الرعب والخوف ويفتح الباب على مصراعيه للطفل إلى عالم الجريمة ونشر التبرج وتنبيه الطفل إلى بعض الأمور المخلة بالأخلاق مما تقتضي الضرورة تنبيهه إلى ذلك بأسلوب علمي واعٍ وتبيان أبعاد هذه السلوكيات المضرة للمجتمع والمشينة للسلوكيات[2].

8. تقليد للعادات الغربية

كانت الإجابات:(13) أي بنسبة (9.7%) نعم, و(2) إجابة أي بنسبة (1.49%) في الغالب, و(16)إجابة أي بنسبة (11.94%) أحياناً , وأجاب(92) أي بنسبة (68.65%) لا, و(7)إجابات أي بنسبة (5.22%) نادراً و(4) إجابات أي بنسبة (2.98%) امتناع

1 انظر: مرسي، "الطفل المسلم بين منافع التليفزيون ومضاره "، ص 143 .
2 أفلام الكرتون نقمة أم نعمة علي أطفالنا
http://www.alufuq.info/articles.php?sub=149&id=390&mvol=32&miss=2005

وإننا لنشاهد عادات في مجتمعنا لا تكاد تمت إلى ديننا الإسلامي وعاداتنا وتقاليدنا، فمن أين جاء للأطفال مثلا –هذه العادات ومن أين اكتسوها ؟ إن التلفاز له أكبر الأثر في تسرب عادات الأكل والشرب والسلام والمشي والمجاملات

9. بعد عن الدين:

أجاب(12) أي بنسبة (8.95%) نعم, و(3) إجابات أي بنسبة (2.23%) في الغالب, و(6) إجابات أي بنسبة (4.47%) أحياناً, وأجاب(105) أي بنسبة (78.35%) لا, و(3) إجابات أي بنسبة (2.23%) نادراً, و(3) إجابات أي بنسبة (2.23%) لا أدري, و(2) إجابة أي بنسبة (1.49%) امتناع

ولقد وقع كثير من الأطفال تحت تأثير التلفاز الذي بروج لمعتقدات فاسدة ومفاهيم باطلة في كثير من الأخطاء حتى الاعتقادية منها، ومن ذلك أن نسبة كبيرة –مثلا –من قصص الخيال الرائجة في أفلام الكرتون، تقدم في مضموبها شخصيات خارقة، لا تقهر، لها تأثير في تسيير حركة الكون 000، حتى وصل الأمر بأحد الأطفال لسؤال أبيه عما إذا كان لبطل الخارق أقوى أم الله سبحانه[1]

وبعد فإن الأهل لا يدركون حقيقة ما يعرض عل أطفالهم، لذلك كانت إجاباتهم على هذا النحو، إن كون الرسوم المتحركة موجهة للأطفال لم يمنع دعاة الباطل أن يستخدموها في بث أفكارهم، وللتدليل على ذلك نذكر مثال الرسوم المتحركة الشهيرة التي تحمل اسم "آل سيمسونز The Simpsons لصاحبها مات قرونينق Matt Groening، الذي صرّح أنه يريد أن ينقل أفكاره عبر أعماله بطريقة تجعل الناس يتقبلونها، وشرع في بث مفاهيم خطيرة كثيرة في هذه الرسوم المتحركة منها: رفض الخضوع لسلطة (الوالدين أو الحكومة)، الأخلاق السيئة والعصيان هما الطريق

---

1 انظر : "الغزو الفكري في وسائل ثقافة الطفل المسلم "، ص 165 -166

للحصول على مركز مرموق، أما الجهل فجميل والمعرفة ليست كذلك، بيد أن أخطر ما قدمه هو تلك الحلقة التي ظهر فيها الأب في العائلة Homer Simpson وقد أخذته مجموعة تسمي نفسها (قاطعي الأحجار)!! عندما انضم لهم الأب، وجد أحد الأعضاء علامة في الأب رافقته منذ ميلاده، هذه العلامة جعلت المجموعة تقدسه وتعلن أنه الفرد المختار، ولأجل ما امتلكه من قوة ومجد، بدأ Homer Simpson يظن نفسه أنه الرب حتى قال: "من يتساءل أن هناك رباً، الآن أنا أدرك أن هناك رباً، وأنه أنا"، ربما يقول البعض أن هذه مجرد رسوم متحركة للأطفال.. تسلية غير مؤذية، لكن تأثيرها على المستمعين كبير مما يجعلها حملة إعلامية ناجحة..تلقن السامعين أموراً دون شعورهم..وهذا ما أقره صانع هذه الرسوم المتحركة"[1]

وختاما:فقد أكد الباحث أحمد عبد الملك أن نحو 64,9 %من أولياء الأمور يدركون أن للتلفريون تأثيرا سلبيا على أطفالهم، والنسبة نفسها من أولياء الأمور أيضا أنهم لاحظوا لدى أبنائهم اتجاهات نحو تقليد شخصيات تلفزيونية، مشيرا إلى أن نحو 47 % من الأطفال يقضون أكثر من ثلاث ساعات يوميا في مشاهدة برامج التلفزيون، كما أن 70 %من أولياء الأمور يدركون أن التلفزيون يشكل خطرا على تفكير أطفالهم وتوجهاتهم. [2]

المبحث الرابع: دور الأسرة في التوجيه

إن دور الأسرة لا ينتهي عند وضع الطفل أمام الجهاز، ولا أن تنتظر من وسائل الإعلام أن تقوم بدور المربي بالنيابة عنها إن الاهتمام بالطفل قبل السادسة والحفاظ عليه من كل ما يمكن أن يكون له أثر سلبي على شخصيته يندرج تحت دور الأسرة الكبير الذي يتمثل في تفعيل الدور التربوي للأبوين، وتقنين استخدام وسائل الإعلام المختلفة داخل البيت، فلا يسمح للأطفال بالبقاء لمدة طويلة أمام هذه الوسائل دون رقيب،

---

1 http://www.kuwait25.com/ab7ath/view.php?tales_id=82
2 http: /www.alwasatnews.com/topic.asp?tID=24307&mydate=11 25-2004

وتقليص الزمن بالتدريج وأن تترك الأجهزة في مكان اجتماع الأسرة بحيث لا يخلو بها الطفل في غرفته.[1]

وفي هذا الفصل أكمل ما تبقى من إجابات عن أسئلة الاستمارة، ليكمل لموضوع، ولنعرف هل يقوم أولياء الأمور بالمسئولية الملقاة على عاتقهم ؟

***الإجابة على السؤال السابع من الاستمارة.**

هل للأسرة دور في توجيه الطفل أثناء مشاهدة التلفاز؟

كانت الإجابات كما يلي:

- (123) إجابة من بين (134) أي بنسبة (%79.91) نعم
- (7) إجابات أي بنسبة (%23.5) لا
- (1) إجابة أي بنسبة (%0.74) أحيانا
- (1) إجابة أي بنسبة (%0.74) نادرا
- (2) من الإجابات أي بنسبة(%1.49) امتناع عن الإجابة

وهذه النتائج تبشر بخير إن كانت فعلا حقيقية, فإن لم تكن كذلك فلا أقل من لفت نظر الأهل إلى ضرورة هذه المتابعة،وضرورة أن يكون لهم دور فعال أثناء مشاهدة أطفالهم للتلفاز، فهي باختصار دعوة للعمل الخيّر, والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في نطاق الأسرة – بشكل عام- وفيما يتعلق بوسائل الإعلام بشكل خاص.

***الإجابة عن السؤال الثامن:**

كيف يتم التوجيه (خطوات عملية) ؟

---

1 وسائل الإعلام والطفل - المصدر: مفكرة الإسلام

www.masrawy.com/islameyat/Articles/was21.aspx

كانت النتيجة مجموعة من النصائح تصلح لو طبقت من الجميع في إصلاح البيوت وأهلها، وأن يكون استخدام التلفاز الذي هو سلاح ذو حدين الاستخدام الصحيح النافع بدل من الاستخدام الضار الخاطئ ومن هذه النصائح(وهي الخطوات العملية في توجيه الأطفال):

1. إفهام الطفل ما هو مسموح له بمشاهدته – ما هو صحيح، أو نافع أو حلال – وما هو ممنوع – أي خاطئ أو ضار أو حرام، والطلب منه بعدم تقليد كل ما يرى

2. التأكد من أنه يفهم كل ما يراه، وشرح ما لم يفهمه من خلال مناقشات صريحة حول ما رأى.

3. عدم السماح له إلا بمشاهدة برامج الأطفال والقصص، أو ما يتناسب مع أعمارهم، وما فيه عبرة

4. تشجيعهم على متابعة البرامج التعليمية، أو الدينية، أو الثقافية الهادفة، أو التي ليس بها عنف أو عدوان أو مخلة بالآداب، أو البرامج المفيدة التي تنمي فكرة

5. ضرورة وجود الأب والأم أو كليهما مع الطفل طول الوقت أثناء مشاهدة التلفاز

6. ألا يجلس على التلفاز أكثر من الوقت المحدد، وبنظام معين، فوقت للدراسة ووقت للعب وقت للمشهدة

7. عدم السماح له بالمتابعة بشكل مستمر – وعدم السماح له بتعلق قلبه بأي برنامج حتى لو أدى ذلك إلى إغلاق الجهاز – وأثناء المشاهدة أخبرهم أن هذا خيال وكذب أو هذا جميل ونافع

8. السماح بمحطات معينة تلائم عمر الطفل في هذه المرحلة، وتغيير المحطة أو إقفال الجهاز إذا وجد ما هو غير مرغوب فيه وحثه على ذلك

9. استبدال مشاهدة التلفاز بأمور وبدائل أكثر إيجابية، مثل: الرسم، واللعب العام، واللعب على الكمبيوتر، أو زيارة الأهل والأقارب

10. الابتعاد عن مشاهدة أفلام العنف والقتال والخيال الزائد

11. توظيف النواحي الايجابية في بعض اللقطات، كلفت نظره إلى سور قرآنية يحفظها أو أحاديث نبوية، أو حثه على سماع بعض الأناشيد الدينية، أو تعليمه قراءة الحروف والأعداد والأشكال والألوان، واستغلال القصة أو الخبر لاكتساب معرفة جديدة ومفيدة، وأخذ العبرة وضرب أمثلة عملية من الحياة العامة

12. ضرورة كون الأسرة قدوة حسنة للطفل في مشاهدة البرامج المنضبطة بالدين والأخلاق وعدم السماح بمشاهدة الغناء والموسيقى والفيديو كليب والبرامج التافهة التي تؤدي إلى الانحلال- ولا حتى أفلام الكرتون لما فيها من أشياء غير واقعية أو خيالية

13. ولم يغفل الأهل الجانب الصحي في الموضوع فكان من ضمن التوجيهات التي يقدمونها لأطفالهم:

أ-البعد عن التلفاز مسافات أطول

ب-الجلوس المناسب

ت-تنفيذ بعض اللقطات الرياضية

ث-ضرورة النوم في ساعة مبكرة

ج-ضرورة إغلاق الجهاز وقت الأكل

ح-عدم رفع الصوت كثيراً

هذه التوجيهات من أولياء الأمور لأطفالهم جمعت من إجاباتهم عن هذا السؤال، وهي بتصوري إيجابية وشاملة ومتناسقة ولن أضيف عليها جديداً من أقوال الكتاب والمؤلفين، ففيها كفاية لمن أراد التوجيه ومعرفة دورة الحقيقي في هذا المجال

*ملاحظة: كان من ضمن الإجابات السلبية في هذا المجال:

1- الطلب منه بعدم التعليق على كل ما يشاهده لأنني في الغالب لا أستطيع الإجابة على أسئلته التي لا تخطر على بال - فكان الواجب على الأم أن تتعلم كيف تعلق وتجيب ابنها ولا تحرمه من أسئلته التي تعتبر أسئلة ذكية، تدل على وعي وذكاء لهذا الطفل

2- يردد على أسماعهم أن كل ما يعرض سواء الأخبار أو الدعايات أو المسلسلات - كذب ولا يجب أن يعيره أي اهتمام، فهذا موقف سلبي فهناك الكذب وهناك الصدق، ويمكن أن نفرق له بين هذا وذاك ما أمكن.

الإجابة عن السؤال التاسع:

ملاحظات أو تعليقات للأهل فيما يختص بالموضوع.

- أن ما يراه في التلفاز نهارا يحلم به ليلا أحيانا.

- لابد من توفير كل الإمكانيات للطفل حتى يصبح مؤثر غير متأثر، وأن يتمسك بدينه ويتعلم المسؤولية الكاملة، ولا نبعده عن القران والسنة لأنها سياج له وتحفظه.

- نرغب في مشاهدة التلفاز لأطفالنا بدلا من العب في الشوارع.

- باختصار: هناك وسائل متعددة حطمت التلفاز وتكاد أن تلغيه، فكلما كثر الشيء كان العزوف عنه سهلاً وبسيطاً, فهنالك وسائل ترفيهية كثيرة جعلت بعض الأطفال يتركون مشاهدة التلفاز.

- في الصيف يصبح التلفاز شبه مهجور لأن الأطفال يقضون معظم وقتهم خارج المنزل ويستبدلونه باللعب واللهو وما شابه.

- عند مشاهدة الطفل للتلفاز يكون تركيزه فقط بما يشاهده وحواسه مثل البصر والسمع تكون مركزة مع البرامج.

- ابني يحب مشاهدة التلفاز كثيراً ولعب الحاسوب وألعاب الجوال ويكتسب معرفة أشياء كثيرة ولا تؤثر على دراسته.

- أنا ضد وجود التلفاز بالبيت, ولكنه موجود فأنا أتحكم به وبمشاهدة الطفل له.

- الرسوم المتحركة غير سليمة مثل رسوم متحركة تحكي قصص الجاسوسات والوحوش والحروب والحب والزواج وأشياء كثيرة لا تناسب هذا السن ولا حتى المراهقين وهي سلبية وبعيدة عن الدين, ولا يوجد برامج توعية.

- برامج الأطفال في القنوات المتخصصة مثل (سبيس تون) (MBC3) (الجزيرة للأطفال) (ART) فيه سيئات أكثر من الحسنات من خيال وأفكار هدّامة تشتت عقل الطفل وأحياناً تثير السلوك العدواني.

- وبعض القنوات مثل الرسالة والمجد فيها بعض الأشياء الموجهة للطفل وتعلّم بعض المفاهيم الإسلامية من أدعية وأناشيد, وبعض الأخلاق.

- هذه دراسة مهمة لمعرفة المؤثرات التي يؤثرها جهاز التلفاز على هذه الفئة (الأطفال).

- معظم البرامج المعدّة للأطفال تتنافى مع الأخلاق والعادات الإسلامية – إلا ما ندر – وبالتالي نقوم باختيار بعض البرامج الصالحة لأطفالنا من هنا وهناك لعدم مقدرتنا منعهم من مشاهدة التلفاز نهائياً.

- الطفل يظهر لديه وعي فهو نفسه يرفض مشاهدة أي مشهد مخل بالآداب ويرفض سماع الأغاني إلا أغاني الأطفال.

- يجب على الأهل عمل برنامج لحياة الطفل يحدد فيه عدد الساعات التي يجلس فيها على التلفاز وساعات الدراسة وساعات النوم وغيره.

- أحتاج إلى من يعاونني لأن ابني يحب الاستطلاع ومشاهدة ما هو ضار ونافع ويسأل عن كل شيء.

- يتأثر الطفل من برامج الأطفال ويقوم بتقليد حركات عدوانية وخيالية.

- يجب توفير البيئة الإيمانية للطفل في البيت وفي المدرسة حتى يستطيع مقاومة الفتن.

- مشاهدة التلفاز مضيعة للوقت ولا فائدة دينية أو اجتماعية ترجى

- تتمنى أم أن يزيل اللـه جميع المحطات التي غيرت من تربيتنا لأطفالنا وأدخلت عادات وأخلاق فاسدة ولا نستطيع السيطرة على أطفالنا

- بعض البرامج مفيدة مثل: الأغاني التعليمية عن الأعداد , الألوان , وهناك معلومات علمية عن الأرض والبحر وغيرها , وكذلك هناك فقرات دعائية عن كيفية التصرف في المدرسة والشارع والبيت , كيف يعامل الصغار الكبار والعكس , ومن الأمور المفيدة أيضاً كتابة كلمات الأناشيد أسفل الشاشة في بداية ونهاية بعض أفلام الكرتون مما يؤدي إلى زيادة المحصول اللغوي عند الأطفال

- اختيار العناوين لكثير من الكرتون فيها خلل ومعنى أكبر من أن يفهمه الأطفال مثل: (الشبح, الجاسوسات...) مع أن معظمها مترجم ويحمل أسماء غير عربية

- بعض البرامج يحمل طابعاً دينياً – بمعنى أنها تبشيرية – يذكر فيها الكنيسة وشجرة عيد الميلاد وسانتا كلوز

- لا يقوم الطفل بمشاهدة التلفاز بشكل منظم فأحياناً يشاهد ساعة وأحياناً يشاهد حلقة من برنامج.

الفصل الثاني عشر

دور وسائل الإعلام في توعية الشباب الجامعي العربي بالتحديات الثقافية التي تواجه الأمة العربية في عصر العولمة



الفصل الثاني عشر

دور وسائل الإعلام في توعية الشباب الجامعي العربي بالتحديات الثقافية التي تواجه الأمة العربية في عصر العولمة

"دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي العربي "

1- وسائل الاعلام: ما نقصده الإعلام هنا هو(تزويد الناس بالمعلومات والحقائق والاخبار الصادقة لمساعدتهم علي تكوين رأي سليم حول قضية ما او مسألة معينة)[1] وما نقصدة بوسائل الإعلام هنا هو وسائل الإعلام الجماهيري ذات القدرة على الوصول إلى جماهير متعدده في التوقيت ذاته والمتمثة في الصحف(الجرائد والمجلات) والإذاعة والتليفريون (إذاعات وتليفزيونات محلية وإقليمية - فضائيات) بالإضافة إلى الأنترنت وهي أحدث وسيلة إعلامية وربما أخطرهاعلى الإطلاق لاسيما وأن أكثر مستخدميها هم من فئة الشباب وتأثيرها عليهم سلبا وايجابا كان محور اهتمام مئات الدراسات العلمية

2- الوعي: ما نقصده بالوعي هو " الإدراك الحقيقي لماهية الأشياء وهو إدراك الفرد واستعداده بشكل عام للإستجابة نحو موضوع ما , وما يضفي عليه من معايير موجبة أو سالبة طبقاً لإنجذابه أو نفورة.[2]

---

1 علي مصطفي بن الاشهر "دور وسائل الاعلام في احياء التراث العلمي العربي الاسلامي " في، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، الإعلام العربي و الجمهور تونس، 1994 ص 12

2 - طارق محمد محمد الصعيدي "دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الإعلامي لدي تلاميذ المرحلة الإعدادية " رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعةالقاهرة : كلية الإعلام، 2005) ص 28

3- الشباب: يعد تحديد مرحلة الشباب عملية صعبة حيث يصعب تحديد بدايتها أو نهايتها بصورة قاطعة, "ويرتكز بعض العلماء في تحديدها على جوانب بيولوجية تمثل بدايتها بلوغ الحلم أو النضج الجنسى أو القدرة على الإنجاب ويحدد البعض بدايتهاعلى أساس بداية الإندماج فى المجتمع وتختلف من شخص لأخر ومن مجتمع لأخر[1]

ولذا فقد بذلت العديد من الجهود لمحاولة وضع مفهوم واضح ومحدد لمعنى الشباب وقد قدم المهتمون برعاية الشباب مفهومين فى هذا المجال "أحدهما يرى أن الشباب مرحلة عمرية محددة من مراحل العمر. والمفهوم الأخر يرى، أن الشباب حالة نفسية تمر بالإنسان وتتميز بالحيوية والنشاط وترتبط بالقدرةعلى التعلم ومرونة العلاقات الإنسانية وتحمل المسئولية , وبصفة عامة يمكن القول أن كلا المفهومين يرتبط ببعضهما البعض علي نحو لا يمكن من الفصل بينهما ". [2]

وما يخرجنا في دراستنا هذه من إشكالية مفهوم الشباب هوأن دراستنا تقتصر علي فئة عمرية معينة وهي الشباب الجامعي.

التحديات: ما نقصده بالتحديات هو مجموعة العقبات والمشكلات التي تحيط بمجتمع ما من المحتمعات وتعوق تقدمة فكرياً وأخلاقياً وسياسياً واجتماعيا وعلمياً وهي عادة تكون مفروصة عليه من الخارج.

1- محمود عرابي " تأثير العولمة على ثقافة الشباب " دراسة ميدانية (القاهرة :الدار الثقافية للنشر: د ن) ص 29
2 - إبراهيم مبارك الجوير الشباب وقضاياه المعاصرة (الرياض : مكتبة العبيكان ,1994) ص 15

الثقافة: من أشهر تعريفاتها تعريف المفكر الغربي " بيرستد" بأنها" ذلك الكوكب المركب الذي يتألف من كل ما نفكر فيه أو ما نقوم بعمله أو نتملكه كأعضاء في المجتمع"[1]

العولمة: هى تعظيم نمط الحياة الإستهلاكي الغربى وتعاظم آليات فرضه سياسياً وإقتصادياً وإعلامياً وعسكرياً بعد التداعيات العالمية التي نجمت عن إنهيار الإتحاد السوفيتى وسقوط المعسكر الشرقى وعلى ذلك فإن العولمة تكتسب عالميتها من مدى إتساع قدرتهاعلى فرض هذا النمط على شعوب الدنيا وليس على أساس كونها واقعاً فعلياً يحيط بالشعوب والبلدان[2]

التحديات الثقافية للعولمة : تتمثل فى تعميم الإعلام المعولم لثقافة الإستهلاك – والإنقسام داخل المجتمعات العربية والتأثير في المكونات الأساسية للثقافة العربية عبر عولمة الإعلام. وخاصة فيما يتعلق باللغة والدين والوعي التاريخي بالذات والأخر. ويمكن القول أن العولمة تسعي إلى خلق ثقافة كونية شاملة تغطى مختلف جوانب النشاط الإنسانى وتتطلع إلى خلق الإنسان العالمى المبرمج ذى البعد الواحد المؤمن بأيديولوجية السوق العالمية والمتوحد مع مصالحها ورموزها وشعاراتها."[3]

وقد حظيت الهيمنة الثقافية – كأحد الملامح البارزة للنظام العالمى الجديد – بإهتمام معظم الباحثين ليس فقط على المستوى العربي بل على المستوى العالمى وتعددت بشأنها تعبيرات الباحثين والمحللين على إختلاف منطلقاتهم.

---

1 - مصطفي المصمودي، " النظام الاعلامي الجديد علي مفترق الطرق " بحث مقدم إلى مؤتمر الاتصال و الدبلوماسية بين الاعلام و السياسة في القرن الحادي و العشرين، المنعقد في عمان الاردن من 6-8 / 1997 ص 103

2 - محمد إبراهيم مبروك الإسلام والعولمة (القاهرة : دار الجهاد للطباعة والنشر والتوزيع ، 1999) – ص101.

3 - سحر هاشم عز الدين "عولمة البث المباشر وعلاقتها بالبناء القيمى فى المجتمع المصرى" رسالة دكتوراة غير منشورة – (جمهورية مصر العربية . كلية الاداب جامعة سوهاج 2004) ص176.

نتائج الدراسة الميدانية

سعت الدراسة الميدانية إلى طرح أثني عشر سؤالاً على أفراد العينة بنية الوصول إلى إجابة على التساؤلات الرئيسة التي طرحتها الدراسة وهي (ما ملامح الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في توعية الشباب بمخاطر العولمة ؟ما الجوانب الإيجابية للدور التي تقوم به هذه الوسائل؟ ما جوانب القصور التي تشوب هذا الدور ؟ كيف يمكن تجأوز هذا القصور؟

كما عملت على التحقق من الفرضية الرئيسه التي طرحتها وهي:

(تقوم أكثر وسائل الإعلام العربية بدور يسهم في تدعيم الهيمنه الثقافية للعولمة أكثر مما تقوم به في التوعية بمخاطرها.)

ونعرض فيما يلي هذه النتائج وأبرز الدلالات التي تشير إليها

أولاً:السمات الديموغرافية للعينة

الفئة	التكرار		النسبة المئوية
النوع	ذكر	59	%59
	أنثى	41	%41
الكلية	علمي	20	%20
	أدبي	80	%80

يتبين لنا من هذا الجدول أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث في العينة حيث بلغت 59% بينما بلغت نسبة الإناث 41% كما إن نسبة طلاب الكليات العلمية أقل من نسبة طلاب الكليات الأدبية وهي نسبة تتفق مع طبعية أعداد الطلاب بالجامعة التي يمثل طلاب الكليات الأدبية غالبية العدد فيها.

جنسيات أفراد العينة

الجنسية	العدد	النسبة المئوية
الأردنية	35	%35
الفلسطينية	14	%14
السورية	5	%5
السعودية	6	%6
البحرينية	8	%8
الكويتية	4	%4
العمانية	9	%9
ألإماراتيه	4	%4
الأردنية_ الفلسطينية	11	%11
اليمنية	4	%4

يتبين لنا من هذا الجدول أن أكبر الجنسيات تمثيلاً في هذه العينة هي الجنسية الأردنية حيث بلغت %35 وذلك لأن غالبية طلاب جامعة اليرموك من الأردن، تأتي بعدها الجنسية الفلسطينية حيث بلغت %14 يلي ذلك الطلاب الفلسطينين حاملي الجنسية الأردنية11%، ثم تأتي الجنسية العمانية 9% ثم البحرينية 8% ثم السعودية 6% ثم السورية 5% ثم اليمنية والكويتية والإماراتية لكل منهم 4% وهي نسبة راعى فيها

الباحث -بقدر الإمكان- نسبة عدد طلاب كل جنسية من هذه الجنسيات إلى العدد الأصلي لهم داخل جامعة اليرموك.

ثانياً: معرفة الطلبة بالمخاطرالتي تحملها العولمة على الهوية الثقافية العربية

الإجابات / الفئة	ذكر	النسبة	أنثى	النسبة
نعم	49	% 83.1	26	%63.4
لا	10	%16.9	15	%36.6
المجموع	59	%100	41	%100

تشير بيانات هذا الجدول إلى ارتفاع نسبة الذكور الذين لديهم معرفة بمخاطر العولمة على الثقافة العربية حيثُ بلغت نسبتهم 83.1% من مجموع أفراد العينة من الذكور بينما تأتي نسبة الإناث 63.4% ، أما نسبة من أجاب بعدم معرفتة بمخاطر العولمة فقد بلغت بين الإناث 36.6% ثم تأتي نسبة الذكور 16.9% ويشير ذلك إلى زيادة الوعي الثقافي لدي الذكور عن الإناث في افراد العينة.

ثالثًا: رؤية الطلاب لمدى قيام وسائل الإعلام العربية بتوعية المواطن العربي بشكل كاف بالمخاطر التي تمثلها العولمةعلى الهوية الثقافية العربية

الاجابات / الفئة	ذكر	النسبة	أنثى	النسبة
نعم	1	%2.1	1	%3.5
الى حد ما	24	%52.2	12	%42.9
لا	21	% 45.6	15	%53.5
المجموع	46	%100	28	%100

يتبين لنا من هذا الجدول الإنخفاض الشديد في موافقة الطلاب من الجنسين على أن وسائل الإعلام العربية تقوم بدور فاعل في توعية المواطن العربي بالمخاطر التي تمثلها العولمةعلى الهوية الثقافية العربية، حيث لم يجب بنعم إلا مفردة واحدة من الذكور ومفردة واحدة من الإناث ويمثلا معا نسبة %5,6 من مجموع الطلاب الذين لهم معرفه بمخاطر العولمة، بينما ارتفعت نسبة الإجابة بين الطلاب الذين أجابو بأن -وسائل الإعلام العربية تقوم بتوعية المواطن العربي إلى حد ما بالمخاطر التي تمثلها العولمةعلى الهوية الثقافية العربية حيث بلغت بين الذكور %52.2 أما الإناث %42.9 أما الذين يرون أن وسائل الإعلام العربية لا تقوم بتوعية المواطن العربي بشكل كاف بالمخاطر التي تمثلها العولمةعلى الهوية الثقافية فقد ارتفعت لدي الإناث لتبلغ %53.5 اما الذكورفكانت نسبتهم %45.6 .

ولا مراء أن هذه النتائج تعكس وعياً كبيراً لدى الشباب العربي بطبعية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والذي يكون في كثير من الحالات اداة لنشر ثقافة العولمة لا أداة للتوعية بمخاطرها.

رابعاً: ترتيب الوسائل الإعلامية حسب درجة توعيتها بمخاطر العولمة

التكرار / الوسيلة	1	2	3	4	5	المجموع النقاط
الصحف والمجلات	7	4	6	8	15	40
الإذاعة	6	9	5	15	8	43
التلفزيون المحلي	8	7	6	10	13	44
الفضائيات	13	9	10	2	8	42
الإنترنت	13	8	4	16	7	48

بسؤال أفراد العينة حول ترتيب وسائل الإعلام حسب دورها في التوعية بمخاطر العولمة نجد أن الفضائيات والإنترنت تأتيا على رأس هذه الوسائل حيث بلغ تكرار من أجاب بأنها تأتي في المرتبة الأولي 13% من أفراد العينة لكل منهما ثم تأتي التلفزيونات المحلية في المرتبة الثانية ب 8% ثم الصحف 7% ثم الاذاعة 6% وهو ما يشير إلى المتابعة الكبيرة لوسائل الإعلام الحديثة المتمثلة في اللانترنت والفضائيات عما سواها من وسائل الإعلام من قبل الشباب.

خامسًا:أهم مظاهر مساهمة وسائل الإعلام العربية في توعية الشباب بمخاطر الثقافية للعولمة

التكرار / الإجابة	ذكر	النسبة المئوية	أنثى	النسبة المئوية
سعي قنوات فضائية كاملة إلى توعية المشاهدين بأخلاقيات المجتمع العربي.	8	%32	5	%38.4
سعي كثير من الصحف إلى توعية قرائها بالتمسك بالهوية الثقافية العربية.	2	%8	2	%15.3
اهتمام برامج كاملة في كثير من القنوات الإذاعية والتلفريونية بالدعوة إلى التمسك بالهوية الثقافية العربية.	9	%36	4	%30.7
وجود كثير من المواقع الإلكترونيةعلى الأنترنت التي تقدم معلومات نابعه من دين وثقافة المجتمع العربي.	10	%40	6	%46.1
أخرى تذكر.	1	%4	1	%7.6

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن أهم مظاهر مساهمة وسائل الإعلام في توعية الشباب العربي بمخاطر ثقافة العولمة،تتمثل في وجود كثير من المواقع الإلكترونية على

الأنترنت التي تقدم معلومات نابعه من دين وثقافة المجتمع العربي. حيث اختار 46.1% من الإناث الـذين يقولون بوجود دور لوسائل الإعلام في التوعية بمخاطر العولمة هذه الإجابـة..أمـا الـذكور فكانـت نـسبتهم 40%. ثم يأتي خيار "اهتمام برامج كاملة في كثير من القنوات الإذاعية والتلفزيونية بالـدعوة إلى التمـسك بالهوية الثقافية العربية" في المرتبة الثانية حيث بلغ 36% من الذكور و30,7% من الإناث.

أما إجابة "سعي قنوات فضائية كاملة إلى توعية المشاهدين بأخلاقيات المجتمع العربي." فقد وافق عليها 32% من الذكور و38 % من الإناث..أمـا أقـل هـذه الخيـارات حظـاً فكـان خيـار(سـعي كثـير مـن الصحف إلى توعية قرائها بالتمسك بالهوية الثقافية العربيـة.) حيـث اختـاره 8% مـن الـذكور و15% مـن الإناث... وهذه النتيجة لا تـشير في الأسـاس إلى ضـعف دور الـصحف في توعيـة قرائهـا بالتمـسك بالهويـة الثقافية العربية بقدر ما تشير إلى عدم اهتمام فئة الشباب عامة بالتعرض إلى الصحف وانتقال اهتماماتهم في الأساس إلى وسائل الإعلام الجديدة

وفيما يتعلق بفئة أخرى تذكر: فقد ذكر مبحوث واحد (سعي وسائل الاعلام بشكل عام للتعريف بأهمية الثقافة العربية الإسلامية والتعريف بأهمية الإسلام.

ومفردة من الإناث أشارت إلى ضرورة وجود برامج تحذر من أخطار العولمة وتطرح امثلـة ونمـاذج لذلك

سادساً: أكثر الوسائل الإعلامية تأثيراً في تنمية وعي الشباب العربي بمخاطر العولمة

الوسيلة / التكرار	العدد	النسبة المئوية
الصحف والمجلات	8	%17
الإذاعة	3	%6.3
التلفزيون المحلي	2	%4.3
الفضائيات	17	%36.2
الإنترنت	17	%36.2
المجموع	47	%100

يشير هذا الجدول إلى أن أكثر الوسائل الإعلامية تنمية لوعي الشباب بمخاطر العولمة تتمثل في الفضائيات والإنترنت حيث بلغت نسبتها 36.2%.. ثم تأتي الصحف والمجلات لتشكل 17% وتأتي الإذاعة بنسبة 6.3% وأخيراً التلفزيون المحلي بنسبة 4.3%. وهي نتيجة منطقية لاهتمام الشباب بالتعرض للوسائل الإعلامية الجديدة عن وسائل الإعلام التقليدية.

سابعاً:أهم مظاهر التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام العربية في توعية الشباب بمخاطر الثقافية للعولمة

التكرار / الإجابة	ذكر	النسبة المئوية	أنثى	النسبة المئوية
تمسك الشباب بالعادات والتقاليد العربية.	6	%24	5	%38.4
تمسك الشباب بأخلاقيات الدين.	6	%24	5	%38.4
حفاظ الشباب في مظهرهم على هويتهم العربية.	5	%20	5	%38.4
تبني الشباب للقضايا العربية والدفاع عنها.	8	%32	9	%69.2
أخرى تذكر.	2	%8	2	%15.3

يشير هذا الجدول الى أن أهم تجليات التأثير الأيجابي لوسائل الإعلام العربية في توعية الشباب بمخاطر العولمة الثقافية تتمثل في الدور الذي تلعبه في" تبني الشباب للقضايا العربية والدفاع عنها" وذلك بين الجنسين الذكور والإناث حيث بلغت نسبة من اختار هذه الإجابة 69% من الإناث بينما بلغت هذه النسبة بين الذكور 32%. يلي ذلك اجابتا (تمسك الشباب بالعادات والتقاليد العربية) و(تمسك الشباب بأخلاقيات الدين) حيث حصل كل منهما على نتائج متساويه لدي الذكور24% ومتساوية لدىالإناث38.4% ثم تأتي إجابة(حفاظ الشبب في مظهرهم على هويتهم العربية) في المرتبة الثالثة حيث بلغت 34.4% لدى الإناث و24% لدي الذكور أما أقل هذه الإجابات حظاً فهو الخيار المتمثل

في (تبني الشباب للقضايا العربية والدفاع عنها) حيث بلغ نسبة 8% لدي الذكور و15.3% لدى الإناث .. والواقع أن هذه النسب تعكس وعي الشباب بطبعية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في توعية الشباب بمخاطر العولمة وكيف أنه منخفض إلى حد كبير فيما يتعلق ب(تبني الشباب للقضايا العربية والدفاع عنها) وأن كان لا ينبغي لناأن نغفل أن نسبة الطلاب الذين يرون أن هذه الوسائل تلعب دورا من أساسه- في هذا السياق- لا تتعدي 38% من مجموع العينة.

وفيما يتعلق بفئة أخري تذكر أجابت المفردات الأربعة إجابات متفاوتة لم تخرج عن (وجود وعي لدي بعض الشباب بمخاطر التقليد الاعمي بما يبث علي وسائل الاعلام العربية، وتمسك كثر من الشباب بالتقايد المحلية لمجتمعاتهم العربية

ثامناً: إجابة سؤال " إذا كانت وسائل الإعلام العربية تقوم بوجهة نظرك بدور كاف في توعية الشباب بالتحديات الثقافية للعولمة فبما تفسر تبني كثير من الشباب في مظهرهم وسلوكهم للثقافة الغربية التي تروج لها العولمة ؟

الواقع أن إجابات مفردات العينة على هذا السؤال المفتوح لم تتمكن من طرح مبرر حقيقي يدعم اخيار أي منهم للقول بأن وسائل الإعلام العربية تقوم بدور كاف في توعية الشباب بمخاطر العولمة) وفيما يلي نماذج من أبرز هذه الإجابات:

- أفسر بان العولمة تدعو وتروج إلى تبني فكر ومعتقد وليس إلى مظهر أو ملبس.
- رؤية كثير من الشباب أن الثقافة لغربية عبارة موضة.
-تقليد الشباب للثقافة الغربية دون وعي وأدراك لما تحمله من مخاطر تهدد بها الأمة العربية
- عدم معرفة كثير من الشباب بمفهوم العولمة ومخاطرها.

وإذا كانت هذه الإجابات تلقـي بتبعيـة الـدور المطلـوب في مقاومـة ثقافـة الإعـلام عـلى طبيعـة الشباب أو على غياب دور الإسرة وهي إجابة تبـدو بعيـده إلى حـد كبـير عـن الـسؤال المطـروح فـان ثمـة اجابات أخرى لا علاقة لها بطبعية السؤال مثل:

- سيطرة الحكومات في العالم الثالـث عـلى أغلبيـة وسـائل الإعـلام وعـدم الـسماح بمـرور مواضـيع تناقش القومية العربية.

- سيادة العلمانية وتأثيرهاعلى فكر الشباب من خلال وسائل الإعلام.

- عدم أهتمام الشباب العربي بوسائل الإعلام التي تطرح مواضيع حول قضايا الوطن العربي

والواقع أن مثل هذه الإجابات تجعل من تبني أفراد العينة للقول بأن وسائل الإعلام العربية تقـوم بدور كاف في توعية الشباب بالتحديات الثقافية للعولمة تبنيا يفتقر إلى المبررات العلمية التي تسانده

تاسـعاً:أهـم مظـاهر عـدم مـساهمة وسـائل الإعـلام العربيـة في توعيـة الـشباب بالمخاطر الثقافية للعولمة

التكرار / الإجابة	ذكر	النسبة المئوية	أنثى	النسبة المئوية
هيمنة المواد الإعلاميـة الغربيـةعلى كثـير مـن وسـائل الإعـلام العربيـة لاسـيما الفضائيات.	21	%100	15	%100
وجود مواد إعلامية عربيـة تقلـد المـواد الإعلاميـة الغربيـة تقليـدا أعمـى شـكلا ومضمونا.	15	%71.4	14	%93.3

التكرار / الإجابة	ذكر	النسبة المئوية	أنثى	النسبة المئوية
عدم اهتمام كثير من الفضائيات العربية بنشر الثقافة العربية وترويجها للثقافة الغربية.	13	%61.9	14	%93.3
رؤية كثير من المهيمنين على وسائل الإعلام أن الثقافة الغربية أرقى من الثقافة العربية ولا تمثل أي خطورةعلى الشباب العربي.	12	%57.1	13	%86.6
أخرى تذكر.	2	%9.5	2	%13.3

الملاحظ في هذا الجدول أن الذين أجابوا بلا على التساؤل المتعلق بمدى (قيام وسائل الإعلام العربية بتوعية المواطن العربي بشكل كاف بالمخاطر التي تمثلها العولمةعلى الهوية الثقافية العربية) يكادون يجمعون على صحة كل البدائل التي تم طرحها والتي تشير إلى مظاهرعدم مساهمة وسائل الإعلام العربية بتوعية المواطن العربي بشكل كاف بالمخاطر التي تمثلها العولمةعلى الهوية الثقافية العربية. حتى نجد أن نسبة 100% ممن لهم حق إجابة هذا السؤال من الجنسين يجمعون على "هيمنة المواد الإعلامية الغربيةعلى كثير من وسائل الإعلام العربية لاسيما الفضائيات " ونسبة 93.3% من الاناث و71.4% من الذكور يؤيدون (وجود مواد إعلامية عربية تقلد المواد الإعلامية الغربية تقليدا أعمى شكلا ومضمونا) ونسبة 93.3% من الاناث و61.9% من الذكور يرون أن كثيرا من الفضائيات العربية لا تهتم بنشر الثقافة العربية وتروج بدلا منها للثقافة الغربية.. وهو ما يجعلها -من ثم- أداة لنشر ثقافة العولمة بدلا من أن تكون أداة للتصدي لها ثم يلي

ذلك اختيار86.6 % من الاناث و 57.1% من الذكور لبديل (رؤية كثير من المهيمنين على وسائل الإعلام أن الثقافة الغربية أرقى من الثقافة العربية ولا تمثل أي خطورة على الشباب العربي) ثم يلي ذلك اختيار93.3% من الاناث و61.9% من الذكور (عدم اهتمام كثير من الفضائيات العربية بنشر الثقافة العربية وترويجها للثقافة الغربية)

والواقع أن الإجابات السابقة وبهذه النسب العالية يجعل الفرضية التي فرضتها الدراسة وهي (تقوم أكثر وسائل الإعلام العربية بدور يسهم في تدعيم الهيمنه الثقافية للعولمة أكثر مما تقوم به في التوعية بمخاطرها) اقرب للتحقق.

وفي خانة أخرى تذكر دارت إجابات المفردات الأربعة حول تبني كثير من الإعلاميين للمفاهيم الثقافية التي تروج لها العولمة وبث كثير من وسائل الإعلام للإعلانات التجارية التي تروج لسلع ونماذج استهلاكية نابعة من العولمة.

عاشراً: تفسير عدم قيام الوسائل الإعلامية بالدور المنوط بها في الحفاظ على الهوية الثقافية العربية

التكرار / الإجابة	ذكر	النسبة المئوية	أنثى	النسبة المئوية
سيطرة العلمانيين المتبنيين للثقافة الغربيةعلى كثير من وسائل الإعلام.	9	%42.8	11	%73.3
ظهور وسائل إعلامية تحارية تسعى لتحقيق الربح على حساب قيم وثقافة المجتمع.	21	%100	15	%100
ضعف تشجيع الحكومات في كثير من الدول العربية لوسائل الإعلام	16	%76.1	15	%100

الإجابة / التكرار	ذكر	النسبة المئوية	أنثى	النسبة المئوية
التي تسعى إلى الحفاظ على الهوية الثقافية العربية.				
ضعف الإمكانات المادية لوسائل الإعلام العربية التي تسعى للدفاع عن الهوية الثقافية العربية.	7	%33.3	6	%40
أخرى تذكر.	1	%4.7	2	%13.3

يشير الجدول السابق إلى اجماع 100% من مفردات العينة الذين لهم حق إجابة هذا السؤال من الذكور والإناث على (ظهور وسائل إعلامية تجارية تسعى لتحقيق الربح على حساب قيم وثقافة المجتمع.) كواحد من أبرز أسباب عدم قيام الوسائل الإعلامية بالدور المنوط بها في الحفاظ على الهوية الثقافية العربية ثم يأتي (ضعف تشجيع الحكومات في كثير من الدول العربية لوسائل الإعلام التي تسعى إلى الحفاظ على الهوية الثقافية العربية.) في المرتبة التالية حيث اختاره 100% من الاناث و76.1% من الذكور ثم يليه (سيطرة العلمانيين المتبنيين للثقافة الغربيةعلى كثير من وسائل الإعلام.) حيث اختاره 73.3% من الاناث و42.8% ثم يأتي (ضعف الإمكانات المادية لوسائل الإعلام العربية التي تسعى للدفاع عن الهوية الثقافية العربية.) في المرتبة الأخيرة حيث اختاره40% من الإناث و33.3% من الذكور.

وفي فئة أخرى تذكر دارت الإجابات حول (اهتمام كثير من وسائل الإعلام ببث المواد الترفيهية)(سيادة الفكر الغربي علي كثير من المهيمنين علي وسائل الإعلام

سيطرة الحكومات في كثير من الدول العربية علي أغلب وسائل الاعلام وهو ما يقلل فرصة حرية وسائل الإعلام في تناول القضايا المهمة

والواقع أن مثل هذه النتائج تدل علي وعي عال لدي الشباب بطيعة الأسباب التي تفسر الدور الذي تقوم به اغلب وسائل الإعلام في الترويج لثقافة العولمة بدلاً من التصدي لها

حادي عشر: سبل تفعيل دور وسائل الإعلام العربية في توعية الشباب بالمخاطر الثقافية للعولمة

التكرار / الإجابة	دكر	السبة المئوية	أنثى	النسبة المئوية
تحسين نوعية المواد الإعلامية التي تدافع عن الهوية الثقافية العربية.	16	%76.1	15	% 100
زيادة البرامج التي تحذر الشباب من مخاطر ثقافة العولمة.	15	%71.4	14	%93.3
دعم الحكومات العربية لوسائل الإعلام التي تهدف إلى الحفاظ على الهوية الثقافية العربية.	18	%85.7	13	%86.6
تحذير الشباب بخطورة التعرض لوسائل الإعلام العربية والاجنبية التي تروج لثقافة العولمة.	8	%38	12	%80
اخرى تذكر.	6	%28.5	2	%13.3

تشير نتائج بيانات الجدول السابق حول كيفية تفعيل دور وسائل الإعلام العربية في توعية الشباب بالمخاطر الثقافية للعولمة إلى اجماع 100 من الإناث و76.1% من الذكور من أفراد العينة ممن لهم حق إجابة هذا السؤال على أن تحسين نوعية المواد الإعلامية التي تدافع عن الهوية الثقافية العربية يعد من أبرز سبل تفعيل دور وسائل الإعلام العربية في توعية الشباب بالمخاطر الثقافية للعولمة.. يليها إدراك أفراد العينة 86.6% من الإناث و85.7% من الذكور لضرورة (دعم الحكومات العربية لوسائل الإعلام التي تهدف إلى الحفاظ على الهوية الثقافية العربية) كما ذهب 93.3% من الإناث و71.4 من الذكور إلى أهمية(زيادة البرامج التي تحذر الشباب من مخاطر ثقافة العولمة) بأعتباره سبيل أساسي من سبل تفعيل وسائل الإعلام العربية لدورها في توعية الشباب بمخاطر العولمة. ثم يأتي في النهاية اختيار80% من الإناث و38% من الذكور للدور الذي ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام في (تحذير الشباب بخطورة التعرض لوسائل الإعلام العربية والإجنبية التي تروج لثقافة العولمة)

وطرحت فئة أخرى تذكر بدائل أخرى مثل: تحرير الاعلام العربي من هيمنة المواد الغربية -العمل على إنتاج برامج عربية ضخمة توازي البرمج العالمية الشهيرة لدعم الثقافة العربية - خلق وسائل إعلامية وبرامج قادرة علي جذب الشباب العربي ومنافسة الغربية - إعادة صياغة الإعلام العربي بروح إسلامية عصرية تتفق مع العالمية دون خدش للثوابت -تناول القضايا الهامة مثل القومية العربية والحرية وهو ما يمكنأن يجمع ويوحد الأمة - دعم تكوين قيادات شبابية وهو ما يحيمهم من خطر العولمة)

خلاصة نتائج الدراسة

من عرضنا السابق لنتائج الدراسة على نحو تفصيلي يمكن الخلوص إلى عدة نقاط رئيسية تتعلق بدور وسائل الإعلام في توعية الشباب الجامعي العربي بالتحديات الثقافية التي تواجه الأمة العربية في عصر العولمة تتمثل في:

1- ثمة نسبة لا يستهان بها (36.6% من الإناث و17% من الذكور) من الشباب ليس لديها أية خلفية عن طبيعة المخاطر الثقافية للعولمة وهو مؤشر خطر على أن ثمة قصور كبير في الدور الذي ينبغي أن تلعبه المؤسسات المنوط بها توعية هؤلاء الشباب بالمخاطر التي تحيق بهويتهم وتأتي في مقدمة هذه المؤسسات وسائل الإعلام.

2- إن نسبة الذين يرون أن وسائل الإعلام العربية تقوم بدور كاف في توعية الشباب بمخاطر ثقافة العولمة لم تبلغ إلا 2.1% لدي الذكور و3.5% لدي الإناث وأن الذين ذهبوا إلى أنها تقوم بدور إلى حد ما أيضا نسبة ضئيلة من مجموع أفراد العينة حيث لم تبلغ إلا 36 مفردة أي 36% من مجموع العينة .. ولا مراء أن في ذلك دليلاً على وعي الشباب العربي بالغياب الكبير لدور وسائل الإعلام العربية في توعية الشباب العربي بمخاطر ثقافة العولمة على هويتهم.

3- جاءت الفضائيات والأنترنت في المرتبة الأولي عند الطلاب من بين الوسائل الأكثر تأثيراً في تنمية وعي الشباب العربي بمخاطر العولمة حيث بلغت نسبة 36.2% لكل منهما وهو إن دل فإنما يدل علي كثافة التعرض لهذه الوسائل من قبل الشباب أكثر من دلالته علي قصور دور وسائل الإعلام الأخرى في تنمية وعي الشباب العربي بمخاطر العولمة

4- وعي الشباب بطبيعة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في توعية الشباب بمخاطر العولمة وكيف أنه منخفض إلى حد كبير فيما يتعلق ب(تبني الشباب للقضايا العربية والدفاع عنها) 10% من المجموع الكلي الأفراد العينة و17% فيما يتعلق بحفاظ الشباب في مظهرهم على هويتهم العربية.

5- الذين أجابوا بلا على التساؤل المتعلق بمدي (قيام وسائل الإعلام العربية بتوعية المواطن العربي بشكل كاف بالمخاطر التي تمثلها العولمة على الهوية الثقافية العربية) يكادون يجمعون على صحة كل البدائل التي تم طرحها والتي تشير إلى مظاهر عدم

مساهمة وسائل الإعلام العربية بتوعية المواطن العربي بشكل كاف بالمخاطر التي تمثلها العولمة على الهوية الثقافية العربية.

6- وجود وعي عال لدي الشباب بطيعة الأسباب التي تفسر الدور الذي تقوم به اغلب وسائل الإعلام في الترويج لثقافة العولمة بدلاً من التصدي لها

7- إجماع 100 من الإناث و76.1% من الذكور من أفراد العينة ممن لهم حق إجابة هذا السؤال على أن تحسين نوعية المواد الإعلامية التي تدافع عن الهوية الثقافية العربية يعد من أبرز سبل تفعيل دور وسائل الإعلام العربية في توعية الشباب بالمخاطر الثقافية للعولمة.. يليها إدراك أفراد العينة 86.6% من الإناث و85.7% من الذكور لضرورة (دعم الحكومات العربية لوسائل الإعلام التي تهدف إلى الحفاظ على الهوية الثقافية العربية)

مقترحات الدراسة

في ضوء النتائج التي خلصت إليها الدراسة يمكن للباحث أن يطرح مجموعة من المقترحات التي يمكن أن تسهم في تفعيل دور وسائل الإعلام العربية في توعية الشباب العربي خاصة والمواطن العربي عامة بالمخاطر التي تحملها ثقافة العولمة علي هويته..ويمكن اختصار هذه المقترحات فيما يلي:

— ضرورة لفت انتباه وسائل الإعلام إلى المسؤولية التي تقع على عاتقها قبل الحفاظ على الهوية الثقافية العربية.

— ضرورة التصدي لوسائل الإعلام التي تروج لثقافة العولمة من قبل المثقفين ومن قبل مؤسسات المجتمع المدني.

—تشجيع وسائل الاتصال التي تسعي إلى الحفاظ على الهوية الثقافية العربية.

–الإكثار من المواقع الالكترونية التي تهدف إلى توعية الشباب بمخاطر الانجرار وراء ثقافة العولمة وضرورة الحفاظ علي هويته الثقافية.

– ضرورة قيام الجامعات بتدعيم وسائل الإعلام التي تبث مواد تدعو الشباب إلى الحفاظ علي هويتهم، وفضح الوسائل التي تعرض مواد تدمر الهوية الثقافية للشباب العربي وحثها علي الكف عن هذا الدور التدميري الذي لا يساعد إلا على خلق جيل هش مطموس الهوية.. وأي أمة تبتلي بمثل هذا الجيل هي أمة لا مستقبل لها.

الفصل الثالث عشر

طرق التأثير على القيم في التلفزيون العربي

الفصل الثالث عشر

طرق التأثير على القيم في التلفزيون العربي

شغل موضوع البث التلفزيوني العديد من الأوساط الإعلامية والتربوية في السنوات الأخيرة، ومازال يشغلها، ذلك لأن التلفزيون وسع من دائرة بثه بسبب استخدام الأقمار الاصطناعية التي جعلته يتجاوز حدود الدول مما حدا بالكثير من رجال التربية في الدول النامية من التوجس خيفةً من الآثار السالبة للبث القادم من الغرب في إطار تيارات العولمة الحاملة للثقافة الغربية، وهذا الخوف له مبرره من وجهات نظر أخرى كالتأثير على القيم الدينية والاجتماعية والتقاليد التي ينظر إليها الكثير من الدعاة باعتبارها الخطوط التي لا يسمح بتجاوزها، ولكن هذا لا يتم إنجازه بمجرد شحن العواطف، وارتفاع الصيحات، وكتابة المقالات، وتوجيه النقد، وانما تكون الحاجة ماسة للتفكير الهادئ، والمعالجة العلمية، والارتقاء إلى مستوى المنافسة، وتوفير البدائل الفكرية والفنية والمادية، التي يمكن أن تحول إلى برامج عملية قابلة للتنفيذ والمتابعة والتطوير.

يتلقى الإنسان أولى معارفه من البيئة الأولى التي تشكل تنشئته الاجتماعية وهي الأسرة، ولم يعد أفراد الأسرة وحدهم الذين ينفردون بتنشئة الطفل بعد ميلاده، إنما أصبح هناك شركاء آخرون يقومون بذات الدور (في وقت ما وبنسبة ما)، ويعتبر التلفزيون أهم هؤلاء الشركاء، حيث يعتبره التربويون أحد وسائل التنشئة الاجتماعية في عصرنا هذا، حيث يقضي أمامه الأطفال فترات طويلة خلال اليوم ربما تزيد عما يقضونه مع أفراد الأسرة، ويرجع ذلك إلى تغير سير عجلة الحياة، والتعاطي مع تعقيداتها كانشغال الوالدين، وتباعد أفراد الأسرة بعضهم عن بعض، وولوج الفهم المادي إلى حياة الأفراد مما ألقى بالكثير من التبعات على الجوانب التربوية والثقافية والأخلاقية.

ولما كانت المنطقة العربية وحدة جغرافية ذات رباط ثقافي تجمع بينها قواسم مشتركة تتمثل في القيم والدين والعرف والأخلاق، حق علينا أن نتناول القيم التي يحملها

التلفزيون عبر القنوات الفضائية التي يصل إرسالها إلى المنطقة وما تحدثه من تأثيرات على الجمهور المستقبل لرسالته، سواءً كانت هذه الرسالة موجهة من داخل المنطقة أو خارجها.

منهج البحث:

نظراً لأننا بحاجة إلى وصف إحدى وسائل الاتصال الجماهيري وهي التلفزيون (أو القنوات الفضائية) والسعي لمعرفة مدى إنعكاساتها (الإيجابية أو السلبية) على قيم الجمهور، فقد اخترنا للبحث الذي بين أيدينا منهج المسح الوصفي، وهو المنهج الذي يناسب الدراسات الإنسانية بشكل عام والإعلامية على وجه الخصوص، سواءً كان على مستوى الوسائل أو دراسات الجمهور.

تأثير التلفزيون

تعتمد القنوات الفضائية التلفزيونية ـ بصورة أساسية ـ على جهاز التلفزيون، ذلك لأنه الوسيلة التي تعتمد عليها تلك القنوات في توصيل مضامينها الإعلامية للجمهور، والإفادة من إمكاناته وتأثيره.

وللتلفزيون طبيعة سحرية جاذبة يتميز بها على بقية وسائل الاتصال الجماهيري، فاستخدام الصورة الملونة، والخدع الفنية، والإضاءة، وغيرها من وسائل الجذب والإغراء، تجعل المادة التي يحملها هذا الجهاز تحرك العواطف، وتلهب النفوس، وتغير التفكير، فتؤثر على ثقافة الإنسان، وبنيته الاجتماعية، ومعتقداته، بقدر ما تحمل من موجهات، وما تحوي من معاني، سلباً أو إيجاباً.

ومما يقوي أثر التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري ما يسمى بالأثر التراكمي.[4] أي أن تكرار المواد بنفس قالبها أو بقوالب مختلفة، يؤدي إلى ترسيخ تلك المواد، وزيادة نسبة تذكرها لدى المشاهد، وهذا يؤدي إلى أن يصبح التأثير عميقاً وقوياً.

ويزيد الأثر التراكمي في القنوات الفضائية بسبب اتساع وقت البث التلفزيوني، حيث بلغت مدة البث في بعض القنوات أربع وعشرين ساعة خلال اليوم والليلة، مما يضطر معظم القنوات لإعادة بث برامجها. كذلك أن التقنية التي تستخدمها القنوات الفضائية في الإخراج التلفزيوني، وما يلازم ذلك من العوامل الفنية كالمونتاج، والإضاءة، وغير ذلك، يساعد على تقديم المضمون الإعلامي بشتى القوالب والأشكال التى تعمل على جذب المشاهد ولفت انتباهه، ومن ثم إرضاء ذوقه ثم حمله على المتابعة، ثم التأثير عليه. ويتم التأثير التلفزيوني بعدة طرق:

الطريقة الأولى: تأثير التلفزيون في تعديل السلوك:

تتيح الخبرات الاتصالية نوعين من التعديل السلوكي، تعديل سلوكي طوعي، وتعديل سلوكي قسري. وهناك مؤشرات تدل على أن التلفزيون يلعب دوراً في تحقيق كلا النوعين من التعديل السلوكي[2]

النوع الأول: التعديل السلوكي الطوعي:

هناك مبدأ يدل على أن ملاحظة الفرد لنوعٍ معين من السلوك يمكن أن تغير رغبته أو ميله للسلوك بنفس الطريقة، بدافع التقليد والاحتذاء، وهذا ما يمكن أن يفعله التلفزيون، أي أنه عند القيام بعرض نماذج أو أمثلة من السلوك في قالب ملائم من خلال التلفزيون، فإن المشاهد يمكن أن يقلّد ذلك السلوك.

النوع الثاني: التعديل السلوكي القسري (الإلزامي):

يظهر التعديل السلوكي القسري حينما يحدث تغيير في السلوك نتيجة للتعرض إلى بعض وسائل الاتصال عندما يكون هذا التغيير غير مقصود من قبل الفرد المعني بعملية التغيير السلوكي. فما دمنا مخاطبين بالنشاط التلفزيوني الكثيف، ونتعرض إلى رسائله ـ ربما دون ما نسعى إليها ـ فإننا نستجيب بطرق لا يمكن أن نتوقعها، أو ربما لا ندرك حقيقة أن طرق استجابتنا يمكن أن تعزى للتعرض لتأثيره.

الطريقة الثانية: التضليل الإعلامي:

وهو نوع من أنواع التأثير الدعائي الذي يمكن أن يؤديه التلفزيون بكفاءة، وفقاً لإمكاناته الفنية. وهذا النوع من التأثير تستخدمه القنوات الفضائية الغربية في الدعاية التجارية والثقافية على حدٍ سواء.

(جاء في دراسة أعدت في الولايات المتحدة الأمريكية عن طلاب الصفين الخامس والسادس، أنه بالرغم من أن 70% من مضامين ـ الرسائل ـ الإعلانات المتعلقه بالأطعمة، قد حكمت عليها هيئة من المحلفين الخبراء بأنها غير دقيقة ومضللة، فإن 70% من هذه المضامين قد تم تصديقها من قبل الطلاب الذين شاركوا في البحث وعددهم 208).[3]

ومن أسوأ أنواع التضليل هو ما نراه من خلال برامج الأطفال، وذلك لما له من آثار ثقافية وتربوية سالبة، في ظل التدفق الإعلامي على المنطقة العربية.

(يقول جاك شاهين أستاذ الاتصالات الإعلامية ـ جامعة إلينوي بالولايات المتحدة الأمريكية- عن الصورة التي يقدمها التلفزيون الأمريكي عن العربي: [في برامج الكارتون يرى الأطفال مجموعة من الأبطال والأوغاد، وسرعان ما يتعلمون التمييز بين الشباب الصالح والشباب الطالح، فالممثلون الذين يؤدون دور الأشرار، ويرتدون الثوب الطويل، ويؤذون الناس الأبرياء، هم العرب، ويراهم الأطفال يختبئون في ظلال الأهرامات، ويخونون أصدقاءهم الأمريكيين باسم الوحدة العربيـة. كما يقدم العرب الساعات اليدوية كهدايا، غير أن هذه الهدايا قنابل موقوتة]).[4]

وعندما تُقدم مثل هذه الفكرة في قالب الرسوم المتحركة، وهو من أقوى القوالب تأثيراً على الأطفل، وتُحشد لقالب الفكرة الكثير من عناصر الجذب التي توفرها التقنية الحديثة للتلفزيون، ثم تُقدم في ظل القنوات الفضائية واسعة الانتشار، لا شك أن ذلك سينجم عنه تأثيرٌ عميق، ويُحدث تغيـيراً سلوكياً جوهرياً.

الطريقة الثالثة: التأثير الأيدولوجي:

يأتي تأثير التقنية الحديثة للقنوات الفضائية من كونها في يد الغرب، المستعمر التقليدي للدول النامية، ومن ضمنها الدول العربية، هذا من ناحية. ومن ناحيةٍ أخرى فإن هذه التقنية تمكّن الدول الغربية من أن تتعامل مع شعوب الدول العربية مباشرةً، متجاوزةً حواجز الرقابة بأنواعها. ولما لم يكن للدول العربية -والدول النامية على وجه العموم- آلة تقاوم بها الآلة الإعلامية للغرب، نجدها تقع فريسةً لكل أنواع الاستغلال السياسي والثقافي والأخلاقي.

إذن ما ذا يريد الغرب من هذا الاستغلال ؟

لا شك أن الغرب لا يستطيع أن يستغني بنفسه عن دول العالم الثالث، حيث المواد الأولية لصناعاته، والسوق الواسع لترويج بضاعته، ووجود البترول كسلعة حيوية وبكثرة في دول العالم الثالث، وفي المنطقة العربية على وجه الخصوص. كل ذلك يجعل للغرب طموحات اقتصادية في تلك الدول.

ومن جانبٍ آخر نجد أن الاختلاف على المبادئ الثقافية، والأخلاقية، والسيسية بين الدول الغربية ودول العالم الثالث، يشجع لأن تبسط الدول الغربية نفوذها لتسيطر على تلك الجوانب في دول العالم الثالث.

وعليه فإن العالم الغربي على الرغم من قوته الاقتصادية والعسكرية الضخمة، لا يستطيع أن يغض الطرف عما يمكن أن يسببه له العالم الثالث من مشكلات.

وإنه رغم حاجة العالم الغربي هذه لدول العالم الثالث فلا نجد لديه الاستعداد للمجازفة بأرواح أفراده لتحقيق غاياته، وهذا ما تقرره الثقافة الدينية للكثير من تلك الدول، قال تعالى: (ولتجدنّهم أحرص الناس على حياة ومن الذين أشركوا يودُّ أحدهم لو يعمر ألف سنة...)[5]

ومن ثم فقد سعى الغرب للتأثير الآيدولوجي على شعوب العالم الثالث مباشرةً، مستغلاً في ذلك آلته الإعلامية القوية، وفي مقدمتها البث التلفزيوني المباشر عن طريق الأقمار الاصطناعية.

جاء في تقرير الشؤون الخارجية الأمريكية قولهم: (يمكن أن نحقق بعض أهداف سياستنا الخارجية من خلال التعامل المباشر مع شعوب الدول الأجنبية، بدلاً من التعامل مع حكوماتها. ومن خلال استخدام الأدوات الحديثة وفنيات الاتصال، يمكننا اليوم أن نصل إلى قطاعات كبيرة ومؤثرة من السكان في هذه البلاد، وأن نقوم بإعلامهم والتأثير عليهم في اتجاهاتهم، بل يمكن في بعض الأحيان أن نحرضهم على سلوك طريق معين).[6]

وعليه يصبح الباب مفتوحاً للإعلام الغربي لتسويق ثقافته، والترويج عن فكره وقيمه، والسعي لتشكيل آراء المشاهدين إزاء الأحداث العالمية، وصنع دعاية تمكّن من رؤية العالم بعيون غربية. ومن ثم يتم تغيير نمط الحياة الاجتماعية في الدول النامية ـ ومنها الدول العربية ـ لتسير عى خطى السلوك الغربي ووفق مفاهيمه.

الطريقة الرابعة: الإعلان التجاري وانعكاساته السلوكية والثقافية:

نظراً لانتهاج الغرب للنظام الاقتصادي الرأسمالي، الذي يسعى للهيمنة الاقتصادية، فإنه يبث من خلال القنوات الفضائية إعلانات تجارية للترويج عن سلعه، التي يستهدف بها الدول النامية، بل والدول العربية خاصةً ـ حيث مصادر النفط ـ باعتبرها سوقاً رائجة لتلك السلع.

(قال بريجنسكي مستشار الأمن القومي الأمريكي في منتصف السبعينات بضرورة تعميم النمط الثقافي الأمريكي من خلال حسن استغلال جهاز التلفزيون تحديداً، بهدف تعميم المدرسة الأمريكية في الثقافة التي تقدس رغبات الفرد ونزعته الاستهلاكية).[7]

كما أن الإعلان التجاري ـ بطبيعته ـ تدخل عليه الكثير من الخدع الفنية، ووسائل التضليل التي تُظهر السلعة بغير حقيقتها، وتشكل ضغطاً من قبل الأبناء على الآباء، على

الرغم من العوَز وضيق ذات اليد في البلدان النامية. ومن ثم فإن الإعلانات ترسخ القيم المادية الغربية، وتؤثر على العادات الغذائية، وتسبب الخلافات العائلية، وتروج عن سلع ربما تضر بصحة الإنسان.

وعندما ينعكس أثر الإعلان التجاري على سلوك الفرد في الدول النامية، بقيم ثقافة خاصة به، ونمطاً يضر بمصلحة الفرد، وهو النمط الاستهلاكي، خاصةً وأن لهذه الإعلانات من الشروط ما يقوّي تأثيرها الإعلامي على المشاهد، وتتجسد هذه الشروط في المعاني الآتية[8]:

الوصول: ونعني به الأشخاص الذين تصل إليهم الرسالة

التكرار: وهو عدد المرات التي يتعرض فيها الشخص للرسالة.

التذكر: وهو مقدرة المستهلك على تذكر الرسالة التي نقلها الإعلان.

وهذا يعني أن الإعلان ـ لكي يحقق أهدافه ـ يجب أن يصل إلى أكبر عدد من الناس، وأن يتم بثه لمرات عديدة، وأن تُحشد له الكثير من عناصر التأثير، بما يجعله عالقاً بذهن المشاهد ومسيطراً على تفكيره. وهذه الشروط جميعاً يصعب استيفاؤها من خلال وسائل الاتصال الجماهيري، إلا إذا ما استثنينا القنوات الفضائية التلفزيونية، فإن ذلك يكون ميسوراً وسهلاً.

الطريقة الخامسة: تشكيل النسق القيمي:

إن بث البرامج الإعلامية الغربية عن طريق القنوات الفضائية، كالأخبار والأفلام والموسيقى، وغيرها من البرامج التلفزيونية، يراد بها تشكيل النسق القيمي للجمهور الذي يستقبل تلك القنوات في الدول النامية، إذ أن هناك الكثير من الشواهد التي تبرهن على ذلك، ومن هذه الشواهد نستعرض ما يلي[9]:

❖ تتحكم الولايات المتحدة الأمريكية على 65% من وسائل الاتصال السمعية والبصرية على مستوى العالم، ومن منطلق هذا التحكم تسعى لنشر قيمها ومبادئها.

❖ صدر للرئيس الأمريكي نيكسون أثناء ولايته كتاب بعنوان (1999م نصر بدون حرب) أشار فيه إلى ضرورة بث القيم الأمريكية إذا ما أرادت أمريكا أن تكون زعيمة للعالم.

❖ أخذت الشركات الإعلامية الغربية تبث رسائل إقناعية تروج لأيدولوجية النظام الرأسمالي، وإشاعة أنماط استهلاكية، وتحاول إضعاف الأعراف والثقافات الأخرى، وهذا يمكّن من تشكيل نسق قيمي على غرار ما هو موجود في الغرب.

❖ في عام 1988م أصدرت السوق الأوربية المشتركة بياناً تحذر فيه من التهميش الذي تتعرض له الثقافات الأوربية من خلال الصور والرسائل الأمريكية، علماً بأن هذه الصور والرسائل تتعرض لها أيضاً الدول العربية وبقية البلدان النامية.

إيجابيات وسلبيات

القنوات الفضائية العربية

حتى نتعامل مع البث الفضائي الغربي، علينا أن نتلمس مواطن القوة ومكمن الخلل في وسائل اتصالنا في الدول العربية، والعالم النامي أجمع ومن تلك الوسائل القنوات الفضائية التلفزيونية.

وحتى نتناول هذه القنوات بشيٍ من التوازن يجدر بنا الوقوف على إيجابياتها وسلبياتها من خلال الدراسة التي أجراها الباحث على عينة من الجمهور العربي المشاهد للقنوات الفضائية العربية المقيم بالمملكة العربية السعودية والتي تكونت من 155 مبحوثاً:(10).

تعمل القنوات الفضائية العربية في ظل تقنية حديثة تجعل منها وسيلة اتصال جماهيري واسعة الانتشار، تتعامل مع معطيات بالغة التعقيد، علمياً، وثقافياً، وفكرياً، واستراتيجياً. تنداح دائرتها لتغطي العالم بكافة تياراته، غثه وثمينه، خيره وشره، حقه

وباطله، فلا بد أن تنعكس تلك المعطيات على جمهور المشاهدين العرب، باعتباره الجمهور الرئيس الذي يتلقى إرسال تلك القنوات.

وللجمهور رؤية حول أداء القنوات الفضائية العربية، ومن الطبيعي أن تأخذ هذه الرؤية كل تلك المؤثرات في الاعتبار، ومن ثم يمكن تقسيم أداء القنوات الفضائية العربية إلى أداء إيجابي وآخر سلبي.

أولاً: إيجابيات القنوات الفضائية العربية:

النوع / الإيجابيات	ذكور		إناث		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
تفتح الأذهان وتوسع المدارك	72	%62.60	26	%65	98	%63.20
ترفع المستوى العلمي والثقافي	85	%73.90	34	%85	119	%76.80
تدعو إلى الاستقامة والإصلاح	34	%29.60	16	%40	50	%32.30
تعرف بالعالم الخارجي	101	%87.80	33	%82.50	134	%86.50
تقدم لتسلية والامتاع	58	%50.40	27	%67 50	85	%54.80
أسباب أخرى	11	%9.60	2	%5	13	%8.40

جدول يوضح توزيع عينة الدراسة

وفقاً لإيجابيات القنوات الفضائية العربية

بالنظر إلى الجدول أعلاه يتضح أن 5ر86% من أفراد عينة الدراسة رأوا أن القنوات الفضائية العربية تعرّف بالعالم الخارجي، ولا فرق يذكر بين الذكور والإناث حول هذه الرؤية، إذ بلغت نسبة الذكور 8ر87% في مقابل 5ر82% من الإناث. وكنتيجة حتمية للتقنية الحديثة التي تستخدمها القنوات الفضائية العربية، وما توفره من

سرعة وصور حية، فإنها أطلعت جمهورها على ما يدور حوله في العالم، ونقلت إليه ما يحويه من تاريخ، وما يدور فيه من مشكلات.

كما رأى 8ر76% من أفراد العينة أن القنوات الفضائية العربية ترفع المستوى العلمي والثقافي، ومثل هؤلاء 9ر73% من الذكور في مقابل 85% من الإناث، بفارق قدره 1ر11%. ويأتي ذلك من خلال نقل الأحداث والبرامج العلمية في الأدب، والفلك، والطب، وغيرها من العلوم، ونقل ثقافات الشعوب وفنونه على طول العالم وعرضه.

وقال 8ر63% من أفراد العينة أن القنوات الفضائية العربية تفتح الأذهان وتوسع المدارك، وليس ثمة احتلاف ـ ذا بال ـ بين الذكور والإناث حول هذا الرأي، إذ بلغت نسبة الذكور 6ر62% في مقابل 65% من الإناث، ذلك لأن القنوات الفضائية تقرّب العالم للمشاهد، فيتفاعل مع أحداثه، ومن ثم يخرج من حالة الانغلاق، فيدرك ما لا يمكن أن يدركه بوسائل ـ اتصال جماهيري ـ أخرى.

وعبّر 8ر54% على أن القنوات الفضائية العربية تقدم التسلية والإمتاع، وقد اختلفت نسبة الذكور عن الإناث حول هذا الرأي، إذ بلغت نسبة الذكور 4ر50% في مقابل 5ر67% من الإناث، أي بزيادة الإناث بفارق 1ر17%، وهذه الزيادة تنم عن الرأي القائل: أن الإناث يفضلن برامج التسلية أكثر من الذكور. وعموماً إذا قورنت هذه النتيجة بالنتائج السابقة حول إيجابيات القنوات الفضائية العربية، يتضح أن نظرة المشاهد للتلفزيون بأنه وسيلة ترفيه ـ بشكل أساسي ـ قد بدأت تتراجع، بل أصبحت هناك أدواراً أهم فائدةً، وأبلغ أثراً يجب أن تؤديها القنوات الفضائية العربية، ويبدو واضحاً أن هذه القنوات ما زالت تركز على الجانب الترفيهي أكثر من غيره، رغم أن الشكل الترفيهي لبرامج التلفزيون أصبح وسيلة تنفذ من خلالها غايات متعددة، ولم يعد هذا الشكل غايةً في ذاته، في ظل الكثير من الأولويات المطروحة، والوظائف المدخلة في ساحة الإعلام.

وذكر 3ر32% من المبحوثين أن القنوات الفضائية العربية تدعو إلى الاستقامة والإصلاح، وهذه النسبة التي تصل إلى حوالي ثلث المبحوثين تدل على أن عدداً كبيراً من مشاهدي القنوات الفضائية العربية يعتبرونها مصدراً من المصادر التي يتلقون عنها ثقافتهم الدينية، وعبَّر 6ر29% من الذكور عن هذا الرأي في مقابل 40% من الإناث، أي بزيادة الإناث بنسبة 4ر10%، وتفسر الزيادة في عدد الإناث بأنهن يعتمدن على القنوات الفضائية العربية في تلقي الثقافة الدينية أكثر من الذكور، خاصةً وأن الإناث لا يرتدن المساجد والمنتديات الدينية كالذكور، مما يجعلهن يستقبلن الكثير من ثقافتهن الدينية من القنوات الفضائية العربية. ولكن رغم النسبة المقدرة للمبحوثين الذين قالوا بأن القنوات العربية تدعو للاستقامة والإصلاح، إلا أنها كانت أصغر نسبة حول إيجابيات القنوات الفضائية العربية، مما يدل على ضعف دورها في هذا الجانب، وأن القائمين على تلك القنوات لم يضعوا الدعوة للاستقامة والإصلاح في مقدمة الأولويات التي تستهدف الجماهير العربية، بل جاءت في ذيل تلك الأولويات.

وعزى 8.4% إيجابيات القنوات الفضائية العربية إلى أسباب أخرى، كإتاحة الفرصة للاستماع للرأي والرأي الآخر، والتعبير عما تعانيه المجتمعات العربية، وتوسيع فرصة الانتقاء والاختيار، ومناقشة الكثير من القضايا الاجتماعية.

وعبَّر البعض عن إعجابه بالتزام الحشمة والوقار في بعض القنوات الفضائية العربية كما يبدو من مظهر المذيعة في القناة السودانية، واليمنية، والسعودية، وعدوه من الإيجابيات.

كما قال بعض المبحوثين أن التنافس أدى إلى التجويد.

ثانياً: سلبيات القنوات الفضائية العربية:

النوع / السلبيات	ذكـــــور		إنـــــــاث		المجمــــوع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
تبث الكثير من المفاسد	78	%67.80	26	%65	104	%67.10
لاتتبنى قضايا المجتمعات العربية	68	%59 10	20	%50	88	%56.80
تحطم المثل والقيم الدينية	53	%46.10	21	%52.50	74	%47.70
تضيــــــع الوقت	78	%67.80	26	%65	104	%67.10
تضعف الروابط الأسرية	54	%47	14	%35	68	%43.90
أسباب أخـــرى	19	%16.50	3	%7.50	22	%14.20

جدول يوضح توزيع عينة الدراسة

وفقاً لسلبيات القنوات الفضائية العربية

باستطلاع الجمهور العربي عن رأيه حول سلبيات القنوات الفضائية العربيـة، يتـضح مـن الجـدول أعلاه أن 67.1% من عينة الدراسة ذكروا أنها تبث الكثير من امفاسـد، واشترك مع هؤلاء بنفس النسبة من قالوا إنها تضيع الوقت، ولا فرق يعتد به بين الذكور والإناث حول هاتين السلبيتين، إذ بلغت نـسبة الـذكور 67.8% في مقابل 65% من الإناث، وذلك بالنسبة لكلٍ من الرأيين.

وهذه النتيجة تنبه إلى وقفة ومراجعة لأداء القنوات الفضائية العربية من حيث الشكل والمـضمون، خاصـةً وأن تلك القنوات توجه لها الكثير من الانتقادات بسبب الإسراف في عرض المظاهر التي لا تتسق والقواعـد الدينيـة، والأعرف الاجتماعية، وذلك كنقل مايدور في منتديات الرقص والمسارح وغيرها من المظاهر التي يعتبرها البعض مـن

فنون بني الإنسان وثقافته، لكن يبدو أن القنوات الفضائية العربية لا تتخير من تلك الفنون إلا غثها ورذيلها، متشبثةً بالقشور دون الأصول.

وارتفاع نسبة الذين قالوا إنها تضيع الوقت لهو برهان على عدم قيمة المادة المقدمة وتدنيها، وعدم حصول الفائدة المرجوة منها.

ثم جاءت في المرتبة الثانية سلبية أخرى للقنوات الفضائية العربية، حيث عبّر 56.8% من أفراد عينة الدراسة أنها لا تتبنى قضايا المجتمعات العربية، حيث بلغت نسبة الذكور من هؤلاء 59.1% في مقابل 50% من الإناث، بفارق بلغ 9.1%. وهذه النتيجة تبين حقيقتين: **الأولى** هي خوض القنوات الفضائية العربية في برامج لا تخدم المصلحة العليا للمجتمعات العربية، ولا تعبّر عن واقعها وأولوياتها. و**الثانية** إنها تثير الشكوك حول من يقفون خلف تلك القنوات ويمولونها، فقد يخضعون لسيطرة أجنبية ـ ربما تكون غير مباشرة ـ لا يهمها مصلحة المجتمع العربي، بل يعنيها خلخلته وهدمه.

وقال 47.7% من أفراد عينة الدراسة إن القنوات الفضائية العربية تحطم المثل والقيم الدينية، 46.1% من هؤلاء ذكور في مقابل 52.5% إناث، بفارق بلغ 6.4%. وهذه نتيجة حتمية للنتائج السابقة. وبما أن القنوات الفضائية هي أكثر وسائل الاتصال الجماهيري تأثيراً في الجمهور، فإن ماتقدمه ينعكس على السلوك الاجتماعي، وعلى القيم الدينية والأخلاق، سلباً أو إيجاباً. ولما كانت القنوات الفضائية العربية تبث الكثير من المفاسد، ولا تهتم بقضايا المجتمع وأولوياته، فإن ذلك ينعكس بطبيعة الحال على سلوكه وقيمه الدينية.

وذكر 43.9% من أفراد العينة أن القنوات الفضائية العربية تضعف الروابط الأسرية، ذلك لأن انشغال أفراد الأسرة بالجلوس أمام شاشة التلفزيون لفترات طويلة يقلل من الالتقاء الأسري، فتتقلص الكثير من الواجبات المنوط بأفراد الأسرة القيام بها تجاه بعضهم البعض، ولا شك أن سلوك المشاهدة الكثيف هذا، يؤدي إلى تضييق فرصة الالتقاء الأسري، مما ينتج عنه تفكك الرابطة الاجتماعية داخل الأسرة، خاصةً وأن

القنوات الفضائية أصبحت تستهلك الكثير من الأوقات بسبب التنافس الحاد بينها، وطول فترة إرسالها، واندياح دائرة الانتقاء والاختيار.

وبمقارنة الذكور والإناث حول هذا الرأي يتضح أن 47% من الذكور قالوا به، في مقابل 35% من الإناث، بفارق 12%. وهذه النتيجة تبين أن الذكور هم الأكثر تأثراً بهذه السلبية من الإناث، وذلك لقضائهم الكثير من الوقت خارج محيط الأسرة (أي في العمل)، فعندما يعودون للبيت يجدون أفراد الأسرة منشغلين بالمشاهدة، خاصةً وأن الفترة المسائية تُبث فيها الكثير من المسلسلات، وهي الفترة الرئيسة لالتقاء أفراد الأسرة.

وأرجع 14.2% من أفراد العينة سلبيات القنوات الفضائية العربية إلى أسباب أخرى، ذكروا منها تركيزها على الأغاني، والمسلسلات، ومشاهد الرقص، والإكثار من الإعلانات التجارية. كما عابوا عليها تقليدها لبعضها البعض، ويتضح ذلك من خلال تشابه برامجها، إذ ينقصها التميز والخصوصية. كما عاب بعض المبحوثين على القنوات الفضائية العربية غياب التنسيق في الأمور الجوهرية، والاهتمام بالأنشطة الثانوية. وقال أحدهم إنها توسع فجوة الخلاف، ولا تدعم قضية الوحدة العربية، وتبذل الكثير من الوقت في إطراء وتبجيل الحكام، بينما تنصرف عن هموم المشاهد العربي. وقال أحد المبحوثين إنها تهتم كثيراً بالفكر الغربي. وقال آخر إنها لا تقدم برامج جادة، كالبرامج التعليمية. وقال عدد من المبحوثين إن برامج القنوات الفضائية العربية تتطور شكلاً لا مضموناً.

سلبيات وسائل الاتصال الجماهيري في البلاد النامية[11]:

1) كثيراً ما تركز وسائل الاتصال في الدول النامية على الدعاية السياسية، ولا تعير اهتماماً كبيراً للبرامج التنموية، مما جعل الجماهير تفقد الثقة في هذه الوسائل، وتنظر إليها كأداة همها التزلف إلى الحكام، وممارسة التضليل الإعلامي، وتزييف الحقائق، وعندما تتناول برامج التنمية، تتناولها من بوابة الإشادة بمنجزات الحكومات.

2) المبالغة في التمجيد والتحقير، فإذا أرادت تمجيد قضيةٍ ما حشدت لها كل الفضائل، وإذا أرادت تحقيرها رمتها بكل النقائص، وما تلبث القضية أن تصبح أمراً ذاتياً، يتبارى فيه الكتاب بتوجيه الاتهامات والسباب نحو بعضهم البعض، وربما انتهى الأمر إلى مرافعات قانونية أمام المحاكم.

3) عدم وضوح الأهداف، وتحديد الغايات، لأن كل رسالة لا غاية لها فهي جهدٌ ضائع، فإن تحديد الأهداف يملي علينا متابعة تحقيقها، ودراسة أسباب الفشل والنجاح، وحذاقة الإعلامي تجعله يوصِل للناس ما يريده هو، بالشكل الذي يفضلونه هم، وهذا يوجب علينا أن نتحسس دائماً رجع الصدى لجمهورنا.

4) النقد غير الموضوعي للمشروعات والمؤسسات، والذي يضر بالإنتاج والمصلحة العامة، ويضلل الكثير من الجمهور، خاصةً وأن نسبة الأمية ما زالت مرتفعة في البلدان العربية (إذ تصل إلى 38.8% في عام 2000م).[12] فوسائل الإعلام، وخاصةً التلفزيون ـ بعد تقنية البث المباشر ـ تؤثر بشدة على هذه النسبة العالية من الجمهور لعدم قدرتهم على الانتقاء والاختيار، فيقعون تحت أسر التضليل الإعلامي جرّاء النقد غير الموضوعي.

5) إبعاد العلماء والمختصين، وتقريب الموالين من أجهزة الإعلام، فإن الحصول على المعلومات، ومعالجتها، يحتاج إلى دراية ومعرفة، فمرسل الرسالة الإعلامية يجب أن تمليه المصلحة العامة، والمسؤولية الصُحفية، والثوابت الثقافية والاجتماعية للأمة.

6) عدم قيام وسائل الاتصال بما يناط بها من دور إرشادي وتوجيهي، وخوضها في بث مظاهر التفسخ والانحلال من خلال الإسراف في عرض الأفلام والمسلسلات والأغاني بشكلٍ لا يتسق مع أولويات المواطن في الدول النامية

سبل التعامل مع القنوات الفضائية الغربية:

رغم ما يحوزه العالم العربي من إمكانات مادية هائلة، وامتلاكه ضمن العالم الإسلامي لـ 80% من احتياطي النفط العالمي[13]، لكن ثمة قصورٌ كبيرٌ في بنائه السياسي، وأدائه الإعلامي، إذ يبدو ذلك واضحاً من خلال سيطرة القنوات الفضائية الغربية. وهذا قد أدى إلى بروز تلك القنوات وبسط نفوذها على الساحة العربية، فلم تجد أمامها منافسة تحد من سطوتها، فأصبح المواطن العربي أمام الخيار الوحيد، الذي يجد فيه بغيته من مظاهر الدقة والموضوعية، ويلتمس فيه جانباً من الصدق، والفورية، وفي ذات الوقت يستقبل ما تمليه عليه الحضارة الغربية. لذا كان علينا أن نلتمس سبل التعامل مع تلك القنوات، والتي يمكن بلورتها من خلال القنوات الفضائية العربية، ونلخص تلك السبل فيما يلي[14]:

- امتلاك وسائل الرد من خلال إنتاج فكري وسياسي وإخباري وفني، وذلك بتعاون الجهات المسؤولة في مؤسسات الدولة ذات العلاقة، كالتعليم والإعلام وغيرها.

- توصيل رؤية الدول العربية حول القنوات الفضائية الغربية للمجتمع الدولي، وذلك من خلال المنظمات والمؤتمرات الدولية، بغية الوصول لاتفاقيات دولية تهدف إلى حماية الدول النامية من آثار البث الفضائي، وتنظيمه، وتفعيل المواثيق الدولية الصادرة بهذا الشأن، علماً بأنه قد صدرت مواثيق من الأمم المتحدة واليونسكو خاصة باستخدام الأقمار الاصطناعية في تداول البرامج التلفزيونية نصت على (احترام البرامج التلفزيونية للطابع المميز للثقافات المختلفة، وضمان دقة المعلومات، وعدم التدخل في شؤون الدول وإدانة الدعايات المقصود بها تهديد السلم، وخضوع الإعلانات التجارية لاتفاقيات بين الدول المرسلة والمستقبلة)[15]. كما أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة في ديسمبر 1982م قراراً نص على الآتي: (على كل دولة تعتزم إنشاء خدمة تلفزيونية مباشرة بالأقمار الصناعية، أو التصريح بإنشائها، أن تخطر فوراً الدولة أو الدول المستقبلة).[16]

♦ القضاء على الأمية، وتثقيف الشباب، وتعريفه ببنيته الثقافية، وربطه بتاريخه الحضاري.

♦ ترسيخ العقيدة الدينية للجمهور لعربي، مما يجعله محصناً ضد غرائزه ونزواته.

♦ رفع الروح المعنوية، والخروج بالمواطن العربي من خط الدفاع إلى المبادرة، لتوصيل ثقافته وإنتاجه الفكري للآخرين.

♦ إعطاء اللغة العربية دورها في فضائيات الدول العربية، حتى لا تتحول إلى لهجات عامية محلية، لأنها للسان المميز والرابط بين الدول العربية، خاصةً وأن الكثير من القنوات الفضائية العربية تعمل على تكريس العامية، بل وتدخل عليها أحياناً بعض المفردات الأجنبية، فكثيراً ما تطرق آذان المشاهد كلمات مثل Hard Luck , OK، وغيرها.

♦ تحقيق التعاون بين الدول العربية، للوصول إلى مستوى أفضل من الإنتاج التلفزيوني، ويمكن أن يتم ذلك من خلال الإنتاج، والتبادل البرامجي المشترك، أو من خلال إنشاء قناة فضائية عربية، تعكس وجهة النظر المشتركة، وتنطلق من الثوابت الفكرية والثقافية للأمة العربية. كذلك يمكن أن يتحقق التعاون من خلال تفعيل الاتحادات والهيئات القائمة، مثل اتحاد إذاعات الدول العربية، وغيره.

♦ الاهتمام ببرامج التنمية ـ التي هي أحد وظائف الإعلام ـ في الدول العربية، إذ من المعلوم أن أيّ تنمية تحتاج لأن تسبقها، وتواكبها حملات إعلامية مكثفة، تعمل على التعريف بمشاريعها، وإقناع الجمهور بأهدافها وجدواها.



الفصل الرابع عشر

التلفزيون وعلم الجمال

الفصل الرابع عشر

التلفزيون وعلم الجمال

ـ الجماليات التلفزيونية:

ترتبط الجماليات التلفزيونية بما أسماه الدارسون علم الجمال السينمائي؛ الذي يدرس الفيلم كنوع فني من حيث استخدام اللقطات وأنواعها؛ ومدى تناسبها وتجانسها مع الحبكة الفنية والسردية لأحداث الفيلم؛ وكذلك دراسة الضوء والظل والعتمة (الأبيض والأسود) داخل الفيلم.

ولقد أخذت هذه الدراسات "... الشكل العلمي منذ عام 1908؛ ثم اتسعت بعد سنتين.. وضمن هذه الفترة جرت الأبحاث دفعة واحدة؛ لدى كانودوR. Cannudo (الإيطالي)؛ بدراسته القيّمة ما بين 1908-1911"[1] حيث صرح قائلا: "نحن بحاجة إلى السينما"[2]، وعلى ضوء هذا التصريح، نسب إليه الدارسون تسمية السينما بالفن السابع Septième art سنة1910.[3]

وخلال هذه السنوات ظهرت دراسات أخرى في أمريكا على يد ليندساي V. Lindsay سنة1915، بكتاب (فن الفليم)، وفي فرنسا على أيدي ديللوك L.Delluk، وابستاين J.Epstein، وموسيناك L.Moussinac "[4]

---

1 - كمال عيد. مرجع سبق ذكره، ص 199.

2 - Pierre Sorlin .Esthétique de l'audiovisuel. Paris. Edition Nathon. 1992, P.5.

3 Jean Michel Frodon. La télévision radicalise la position critique. in: Jérome et les autres. Op. cit. P 148.

4 - كمال عيد. مرجع سبق ذكره، ص 199

ولقد ذكر جون ميتري Jean Mitry، أن جـون إبـستاين، "هـو أول منظـر سـينمائي يـضع القواعـد الأولى، لتعبير بصري مبني على المونتاج واللقطة الكبيرة سنتي 1920-1922..."[1]، وهنـا نلاحـظ التركيـز عـلى البنية الفنية للفيلم، حيث تظهر نزعة تأثيرية بدراسة الفنون الأخرى، كالشعر، المسرح والرسم.

وفي عام 1926 ظهرت أهم الأبحاث، في علم الجمال الـسينمائي، عـلى يـد الإنجليـزي جريرسـون J- Grierson...[2]، مؤسسة بذلك الرؤية الوظيفية، الجمالية للفيلم، في نقطة تلاقيه مع كل الفنون، "..كالرسم، والنحت، والهندسة المعمارية، من حيث تـصوير المنـاظر (الـديكور)، وتركيـب الـصور، والإضـاءة..."[3]، هـذا التلاقي بين الفنون جعل أبيل غـانس Gance Abel يطـرح سـنة 1927 ".. فكـرة تعـويض الفنـون الأخـرى بالسينما قائلا: "لقد جاء عصر الصورة..."[4]

وبهـذا انطلـق النقـاد في حـديثهم عـن الـسينما كفـن، مـن تبـاين الخـصائص الفنيـة، والإبداعيـة، والجمالية للفنون الأخرى، وقارنوا بعد ذلك بين ما تحمله هذه الفنون ومـا تحملـه الـسينما، تأسيـسا عـلى إمكانية احتواء السينما كفن سابع للفنون الأخرى، وهذا ما سهل من إمكانية دراسة السينما جماليا، بحكم حصوب إجماع بين الدارسين على أنها فن، وبلتالي يكون الفيلم عبارة عن رسالة فنية تستحق الدراسة.

ولقد عُرِّف علم الجمال السينمائي؛ ".. بأنه دراسة الـسينما كفـن؛ دراسـة الأفـلام باعتبارهـا رسـائل فنية..اعتمادا على علم الجمال العام، الذي يهتم بمجموع الفنون"[5].

---

1 - Jean Mitry. Esthétique et psychologie du cinéma. Paris: Editions Universitaires,1990,P 12.

2 - كمال عيد. مرجع سبق ذكره، ص 200

3-Etienne Fuzellier. Dictionnaire des œuvres et des thèmes du cinéma mondial. Hachette, 1976. P 264.

4 - Pierre Sorlin . op. cit. P. 5.

5- J. Aumont . et les autres. op. cit, p.7.

وليس معنى هذا، أن تكون الأفلام السينمائية، أداة لتكرار ما يوجد في الواقع بطريقة آلية، وإنما ينبغي عليها أن تكون رسالة إعلامية محملة بشحنة إبداعية فنية، ذات دلالات، يتولد منها ".. انفعال مزدوج ينسينا أن ما نشاهده خيالا وفي الوقت نفسه يذكرنا أنه خيال.."[1]

ولقد استطاعت الدراسات الجمالية أن تحقق غرضها موازاة مع ممارسة النقد السينمائي كعملية تقويمية، وتقييمية لمدى النشاط الإبداعي الموجه عن طريق الفيلم.

وذلك باعتمادها على دراسة بعض المكونات الأساسية للسينما كالآتي:

ـ دراسة المونتاج:

اعتبرت الدراسات السينمائية عملية المونتاج عملية أساسية في إنجاح العمل الفني من حيث مدى التوفيق في تنسيق اللقطات، وتعبيرها عن مضمون الفيلم، ومدى علاقات الصور مع بعضها البعض من حيث بناتها، وترابطها، والإيقاع الذي تنتجه.

ولقد قدم جون ميتيري Jean Mitry بنية الصورة السينمائية من خلال اللقطات والزوايا؛ مثل "اللقطة البعيدة؛ اللقطة العامة؛ اللقطة المتوسطة؛ اللقطة القريبة؛ اللقطة الكبيرة؛ اللقطة الكبيرة جدا..."[2].

ويبدو أن في هذا التقسيم نوعا من النقص؛ حيث ركز صاحبه على ما يعكس الفيلم السينمائي من أوضاع للقطات؛ في حين كان بالإمكان الاعتماد على الفنون الأخرى كالرسم؛ والتصوير الفوتوغرافي والكاريكاتوري؛ والنحت في تقديم بعض اللقطات؛ ففي فن الرسم توجد بعض الوضعيات؛ كالوضعية المستلقية والوضعية

1-Lotman Iouri. Semiotique et esthétique du cinéma. Traduit du Russe par Saline Breuillard. Paris: Editions sociale, 1977, P 34

2 - Jean Mitry. Op cit. P.94

النائمة؛..وفي الكاريكاتير توجد بعض الطرائق في الرسم؛ كالتشويه والسخرية؛ .. وفي النحت توجد وضعية الصورة الجامدة.

ولقد اعتبر إبستاين Epstien اللقطة الكبيرة بمثابة روح السينما بما تثيره من إمكانية التلاقي مع المشاهد؛ الذي ينتج ما أسماه بياربسورلان "شعرية اللقطة الكبيرةLa poésie du gros plan "[1].

ـ دراسة المكان السينمائي:

باعتباره مكانا فنيا داخل الفيلم المدروس؛ ويتم التركيز على معرفة مدى "..الدور الجمالي الذي تلعبه تقنية التقريب والإبعاد؛ والعمق.."[2]، من حيث درجة وضوح الصورة، أو عدم وضوحها، وهذا يرتبط بالعلاقة، "... بين الكاميرا وكمية الضوء المسلط على الموضوع.."[3]، وفي دراسة جماليات المكان السينمائي أبرز بيار سورلان، في معرض حديثه عن باسوليني Pasolini، أن الفيلم المدروس يعكس قيما جمالية تتسم بالقبيح La Laideur، سواء كان ذلك على مستوى "..القبح الجسدي للبطل، أو تصرفاته الأخلاقية، أو على مستوى قبح المدينة المتسخة غير النظيفة..."[4] وفي هذا، إشارة إلى الجماليات البيئية، وجماليات المدينة.

إن بروز المكان السينمائي بكل أشكاله، يظل مكانا فنيا افتراضيا، يتموقع في إطار الشاشة، وفي زمن الإنتاج، والتلقي. هذا المكان الفني يبدع ما أسماه يوري لوتمانIouri Lotman، الإحساس الفني حيث قال: ".. إن تحديد المكان الفني في إطار مادي يولد أيضا الإحساس الفني المتشعب"[5].

---

1 Pierre Sorlin Op. cit. P 73.
2 - J. Aumont. et les autres. . op. cit. P.22.
3 - Ibid. P.22.
4 - Sorlin. Op. cit. P 17
5 - Iouri Lotman. Op. cit. P.54.

ـ تحليل الصوت:

اعتبر الدارسون السينمائيون الصوت ظاهرة مكملة للصورة السينمائية في كليتها، وفي أداء وظيفتها الإبلاغية، ".. فلقد تحدث ميكافورفسكي Mukavorsty منذ سنوات الثلاثينات عن الوظيفة المماثلة للصوت... (حيث لاحظ) أن الصوت يعطي انطباعا متغيرا تبعا لمصدره،... واقترح بأن تظهر في الشاشة عربة مدفوعة بسرعة فائقة على الجمهور؛ في حين يحدث الشريط الصوتي، صوت وقع حوافر الفرس، التي لا ترى على الشاشة، وهنا سنشعر بأن المجال الفني (الصوت) غادر مساحة الشاشة، قد اكتسب بعدا ثالثا.."[1].

ويبدو أن هذه الرؤية الجمالية للصوت قد استفادت من فن الرسم في اعتماده، وإنتاجه للبعد الثالث، كما قدمت المتلقي كطرف في عملية إنتاج المعنى الفني.

كما استفاد الفيلم السينمائي من فن الموسيقى، من حيث طريقة التوظيف التي ".. تقدم قيمة جمالية ووظيفة درامية، إن أحسن استخدامها"[2].

وإذا كانت الظاهرة الصوتية قد اكتسبت صفة الجمالية في السينما، فقد كان هناك نوع فني سينمائي هزلي، عرف باسم السينما الصامتة ".. حيث رفض شارلي شابلن Charlie Chaplin، السينما الناطقة.. وقبل جون ابستاين شريطة إرجاع الكاميرا حركتها المفقودة.."[3]، لتعويض النقص الذي يتركه غياب الصوت.

---

1 - Iouri Lotman. Op. cit. P 54.

2 - Litwin mario . Le film et sa musique: création, montage. Paris: éditions Romillat, 1992, P.14

3 - J. Aumont et les autres, op. cit. P.33.

يبدو من خلال هذا العرض السابق، أن هناك صعوبات جمة في عملية دراسة الجماليات السينمائية، من حيث البنية الفيلمية، ومن حيث صعوبة وندرة الدراسات التي تتناول عمليات التلقي السينمائي من الناحية الجمالية.

وعلى الرغم من هذا فقد قدم الدارسون الأوائل محاولاتهم في دراسة الفن السابع جماليا.

وعلى ضوء هذه المحاولات والدراسات الجمالية، انطلقت الدراسات الجمالية التلفزيونية، ولقد ارتبطت هذه الجماليات، بتاريخية الدراسات النقدية التلفزيونية، حيث كان النقد التلفزيوني بمثابة العملية الفنية الثانية لإعادة تقييم وتقويم ما قدمه التلفزيون.

لقد أجمع معظم الدارسين على أن سنوات بداية الخمسينات هي بداية الدراسات النقدية التلفزيونية، فقد نشر أندريه بازان Andre Bazin "... في فرنسا سنة 1952 أول دراسة نقدية تلفزيونية.. ثم أتبعها بعشرات المقالات الأخرى، ما بين سنتي 1955-1956.. وكانت تدور حول البرامج التلفزيونية..، حيث كان يتوجه فيها إلى مشاهدين افتراضيين.."[1]

وفي منتصف الخمسينات من القرن العشرين، ظهرت دراسات حول "..النقد التلفزيوني في ألمانيا على يد أكبر الكتاب.."[2]، وكان النقد هنا يتمحور حول عمليات الإنتاج للبرامج التلفزيونية (كالممثلين، والمخرجين، والكتاب) وعمليات التلقي لدى الجمهور التلفزيوني، وبذلك بدأت تتطور الرؤية الجمالية حول هذا الخطاب (النقدي) باعتباره فنا.

1 - Andre Bazin . Critique de télévision .in· Jérôme Bourdon .. op. cit.P 48.

2 - Knut Hicke Thier. La critique en Allemagne. in; Jérôme Bourdon. Op.cit. P.120.

ولقد اجتهد معظم الدارسين في تبرير فنية التلفزيون، انطلاقا من كون السينما فنا سابعا، لكن الإشكال الذي واجه هؤلاء الدارسين، كان في مدى درجة الإبداع الفني الموجود داخل التلفزيون، وفي مدى تقيد وخضوع هذا التلفزيون لمبادئ نظرية الفن.

الحقيقة أن الإجابة عن بعض الإشكالات المتعلقة بفنية التلفزيون، قد بدأت تتضح خلال الفترة الزمنية لبداية النقد التلفزيوني (الخمسينات)، على اعتبار أن النقد عملية تقويمية، تقييمية، للبرامج التلفزيونية من حيث مدى توفيقها، أو عدم توفيقها في بنائها الداخلي، ومدى الاستجابات التي يمكن أن تحققها لدى المشاهدين، ويبدو أن نظرية النقد التلفزيوني قد استفادت من النقد في الفنون الأخرى، كالسينما، والمسرح والأدب،.. لكن التطورات التي عرفها التلفزيون خاصة فيما يتعلق ببداية البث المباشر، قد غيرت من مبادئ النقد التلفزيوني التقليدي القائم على دراسة "..كاميرات التصوير، والمتلقين، وحساب المسافة الفاصلة بين المشاهد والمشهد.."[1]، وبدأت بعض معالم استقلالية التلفزيون عن السينما تظهر من خلال ظهور نوع الدراما، والتراجيديا التلفزيونيين المباشرين.

- التلفزيون كفن ثامن وعلاقته بعلم الجمال:

لقد تعرضت فنية التلفزيون إلى جدال حاد بين الدارسين، فمنهم من أقرّ إمكانية قيام فنية التلفزيون، ومنهم من لم يُقِرُ بهذه الإمكانية، فالبنسبة لمن يرى إمكانية فنية التلفزيون، فإنه يرتكز على مجموعة من الطروحات منها:

- وجود كتب ومجلات موسومة "بالفن الثامن"، تعالج المواضيع التي يعالجها التلفزيون، كممارستها عمليات النقد الفني التلفزيوني[2].

- ما دامت السينما فنا سابعا، فهذا يعتبر تأسيسا للفن الثامن[1].

---

1 - Jérôme Broudon. La critique impossible, Positions du journalisme de télévision en France. In : Jérôme Broudon. op. cit. P 30.

2 - Marie- Claude Taranger. Un "huitième art", Formes et fonction du discours sur l'art télévisuel. In: Médiation et information. N° 16. op. cit,P.69.

- التفريق بين الفن في التلفزيون، وفن التلفزيون.

- إمكانية احتواء التلفزيون لبعض خصائص الفنون الأخرى المعروفة كالسينما، الأدب، الرسم، النحت، والموسيقى.

- التلفزيون فن وثائقي (ايزنشتاين، كلير، ساباك..)[2].

تنطلق فنية التلفزيون وتتأسس على بنية البرامج التلفزيونية المقدمة، من حيث نوع ودرجة الخيال والواقع المستعملين، وهذا الطرح يرجعنا إلى ما طرحه الفيلسوف "هيغل" حينما تحدث عن وظيفة علم الجمال وحصرها في الفن، دون لطبيعة، على أساس أن العقل أسمى من الطبيعة.

إن خاصية التلفزيون غير مستقرة على استعمال الخيال الابتكاري أو الإبداعي فقط، وإنما هي متحركة نحو استخدام الواقع كما هو من خلال الإخبار.

ومن هنا نعتقد أن علم الجمال قد أخذ طريقه إلى التلفزيون مع بداية الدراسات النقدية التلفزيونية، في منتصف القرن العشرين، موازاة مع التطور التقني للتلفزيون.

وفي السياق نفسه، يرى "بيار سورلان" أن "... التفكير الجمالي حول التلفزيون قد بدأ يتطور، حين انتقلنا من حقل التجربة إلى البث للجمهور العريض، ولقد استفادت هذه النظرة، من البحوث النظرية حول السينما، في استعمالها مناهج التحليل.."[3].

ولمحاولة إعطاء الخاصية المميزة للتلفزيون؛ قسم "بوريتسكي" الأنواع التلفزيونية الرئيسية، إلى ثلاثة أقسام، معتمدا نظرة أن ".. مضمون أي مادة مرتبط بالنوع المستخدم لمعالجة وتقديم أي مادة..."[4].

---

1 - Ibid. P.64.

2 - بوريتسكي. مرجع سبق ذكره، ص 83.

3 Pierre Sorlin op. cit.P 156.

4 - بوريتسكي. مرجع سبق ذكره، ص 81.

ونورد هذه الأقسام كالآتي:

ـ الأنواع الإخبارية: ويبدو من خلال تسميتها أنها تقدم وظيفة إخبارية؛ فهي "تتعامل مع حقيقة واحدة، أو تعالج حدثا واحدا.. ويتحقق ذلك بواسطة عملية انتقاء، وتجميع المادة... (و) يعتمد التلفزيون هنا على صيغ، وأشكال تقليدية، مثل القصة الإخبارية، الفيلم الإخباري، الروبورتاج،.. ولكن المكانة الهامة يحتلها النقل الإخباري الحي والمباشر، الذي يعطي إحساسا بالحضور في مكان وقوع الحدث، وحتى بالمشاركة في الحدث "[1].

ـ الأنواع الصحفية: تختلف هذه الأنواع عن سابقتها من حيث أنها لا تكتفي بعملية الوصف الواقعي للأحداث؛ وإنما تستعمل الفكر والخيال الإبداعي؛ "... إن التركيز في هذه الأنواع يتم على تحليل الوقائع أكثر مما يتم على انتقائها واختيارها.. (و) تتضمن البرامج التلفزيونية الصحفية عنصرا دراميا في بنيتها..."[2].

ـ الأنواع الفنية أو التمثيلية: تختلف هذه الأنواع عن الأنواع السابقة التي تعتمد على الواقع؛ من حيث أنها "... تحقق وتقوم بوظيفة فنية، ويتضمن هذا أساسا، أن الواقع الذي تم عكسه، أو تصويره بطريقة مجازية، قد أعطى تفسيرا جماليا..."[3].

يقترب طرح "بوتريسكي" السابق للأنواع الصحفية من الفصل والتمييز بينها؛ على أساس أن لكل منها وظيفتها، لكننا حين نرجع إلى الأساس النظري لعلم الجمال وإلى خصائص الأجناس الفنية؛ ندرك أن هناك علاقة دينامية جدلية بين الواقع كمادة خام، وبين الفن كوعاء احتوى الواقع وأعاد إنتاجه باستخدام الخيال الإبداعي.

---

1 - بوريتسكي. مرجع سبق ذكره، ص 81.
2 - المرجع نفسه، ص 81.
3 - المرجع نفسه، ص 83.

ومن هنا فالفهم الحقيقي للجمال وعناصره، ينبغي أن يتأسس أولا على الصورة المرجعية للطبيعة؛ ثم بعد ذلك الارتقاء به إلى عالم الفن والإبداع.

يبدو تجلي الجمالية في التقسيمات لسابقة ناقصا بعض الشيء، رغم أن بعض مكوناتها موجودة ضمنيا؛ تتطلب من المتلقي والناقد والجمالي استشرافها وتذوقها ومعايشتها.

فبالنسبة للتقسيم الأول؛ الذي يتناول العملية الإخبارية التلفزيونية؛ يمكن لعلم الجمال احتواءها؛ من خلال ما يسمى بالتزامنية، أو التواقتية simultaneism؛ حيث يصبح الدور الإخباري للتلفزيون ذا وظيفتين أساسيتين؛ وظيفة إخبارية، ووظيفة إخبارية جمالية؛ بمعنى آخر تحصل التجربة الإخبارية لدى المشاهد عن طريق الصلة الحميمية البصرية؛ لإدراك مجريات الحدث؛ بعد ذلك يفترض حدوث تجربة أخرى مبنية على التجربة الإخبارية؛ من حيث كونها قد تشكلت حسيا (بصريا)؛ حيث يضيف لها المشاهد أحاسيسه وعواطفه، ووجدانه، ومثال ذلك؛ النقل التلفزيوني المباشر لسقوط البرجين الأمريكيين؛ حيث شكل تجربة إخبارية تتجه أكثر إلى التراجيديا (المأساة) بعد عملية معرفة مجريات الحدث ومكانه..

الجانب الآخر الذي يستطيع علم الجمال احتواءه داخل الأوضاع الإخبارية؛ يمكن أن يتجلى ويتحقق من خلال بعض النقاط؛ أهمها:

1ـ دراسة مقدم الأخبار جماليا؛ من حيث طريقة نجاحه في استعمال اللغة المناسبة، وطريقة استخدام الوجه وملامحه، ثم طريقة الجلوس ومدى جمالية شكل مقدم الأخبار هذا.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن جمالية وجه وشكل مقدم الأخبار لا ينبغي أن تكون أكثر إثارة لدى المشاهد، حتى لا يكون إنصراف ذهنه عن بنية الأخبار قائما، كما يفضل هنا

مراعاة حسن استعمال اللغة وطريقة التوصيل والإلقاء، ويتسع بهذا النوع الإخباري لتخصص علم الجمال.

2 - تقترب بعض الأنواع الإخبارية التلفزيونية من الجمال الطبيعي، من حيث اقترابها مما يسمى الجماليات البيئية، وجماليات المدينة؛ حين يتم التركيز على الجوانب القبيحة للمدينة (الاتساخ، القمامات...) والبيئة (التلوث)، وبالمقابل يوجد التركيز على الجوانب الجميلة في كل من المدينة، والبيئة.

أما بالنسبة للتقسيم الثاني؛ فرغم أن "بورتيسكي" لم يتحدث عن الصفة الجمالية؛ إلا أنه يمكن أن يقترب إلى جوهر الدراما كقيمة جمالية؛ من حيث الحبكة الفنية؛ والتشويق..

وبالنسبة للتقسيم الثالث، يبرز الوجود الجمالي فيه جليا واضحا من حيث استخدامه للفن؛ ويتحقق ذلك من خلال الخيال التلفزيوني؛ كاستعمال الأفلام، والمسلسلات..

وبناء على ذلك يكون التلفزيون ".. هو فنيا وجماليا؛ أوسع وأكثر تنوعا من الفنون التقليدية.."[1].

ـ عناصر الجماليات التلفزيونية:

يمتد علم الجمال العام، إلى التلفزيون؛ حين يؤخذ كمقاربة لشكل من أشكال الإبداع الإنساني؛ وبهذا تبدو الجماليات التلفزيونية، مستقلة عن غيرها من الجماليات الأخرى؛ رغم تلاقيها في الأصل؛ وما يميز هذه الجماليات التلفزيونية، هو ".. القدرة الجمالية للتلفزيون؛ على صناعة الصورة الواضحة، المتواصلة بصريا مع الجمهور."[2]

---

1 - بورتيسكي، مرجع سبق ذكره، ص22.

2 - Sorlin.op.cit.p.181

ويمكن تقسيم الجماليات التلفزيونية، إلى جمالية الصورة؛ بكل ما تحتويه من لون، وحركة، وصوت، ومكان، وزمان، "وجمالية تلقي هذه الصورة لدى المشاهد "[1].

I – الصورة التلفزيونية: تعتبر الصورة التلفزيونية من أهم الوسائل البصرية التي تصل إلى المشاهد اعتمادا على المنظر الطبيعي كمادة خام؛ للأنواع التلفزيونية؛ القائمة على الواقع، والحقيقة؛ واعتمادا على الخيال الإبداعي؛ كمادة خام، للأنواع التلفزيونية القائمة على الخيال، وداخل هذه الجماليات تتأسس جمالية الأخبار، ومقدموها، وجماية الأفلام وجمالية المسلسلات؛ وجمالية الإشهار، وجمالية الحصص الفنية والثقافية..

ويكون لعلم الجمال هنا، الدور الكبير في تحديد الإطار الذي تتم داخله دراسة بعض القيم الجمالية، كالقبيح، والجليل، والتراجيدي والهزلي، والفكاهي، وامضحك... فإن على الجماليات التلفزيونية أن تدرس هذه الظواهر من حيث تواجدها في التلفزيون، ومدى تأثيراتها الواقعة على المشاهد.

والحقيقة أن "... تطبيق علم الجمال على الفنون البصرية، كالسينما والتلفزيون أكثر تعقيدا.."[2]، من تطبيقه على الفنون الأخرى؛ ذلك أن الصورة التلفزيونية في تطور مستمر بفضل التطور التكنولوجي الذي يشهده ميدان الاتصال؛ كعملية ".. ضغط الصور الرقمية، وطريقة البث عن طريق الأقمار الصناعية"[3].

ـ مكونات الصورة التلفزيونية:

قبل أن تتشكل الصورة التلفزيونية؛ تكون عمليات الإعداد والتصوير، والإنتاج،

1 - Courbet Didier Puissance de la television, Paris. editions l'Harmattan, 1999 p.73

2 - رياض عصمت. نظريات الجمال والفنون البصرية. تونس: الإداعات العربية. العدد: 2. 2003. ص32

3 - Bernard Tichit L'Image haute définition. In -Dossiers de l'audiovisuel. N°110. Juillet Aout. 2003.p.25.

قد سطرت ما ينبغي تصويره، والإبداع فيه؛ ومن هنا يبدأ علم الجمال التلفزيوني فعله؛ ليمتد لمكونات الصورة التلفزيونية بعد عرضها؛ ويمكن تحديد هذه المكونات بالعناصر الآتية:

أ – الشخصيات: تعتبر الشخصيات التلفزيونية؛ أداة مفتاحية لكل دراسة جمالية؛ وينبني الجانب الجمالي للشخصية التلفزيونية على الوجود الفني لها داخل التلفزيون؛ من خلال الدور الذي تؤديه؛ والكيفيات والوضعيات التي تبدو عليها؛ والألبسة التي تلبسها؛ والألوان التي تختارها وتفضلها، وفقا ".. لحالتها النفسية والعاطفية..."[1].

والحقيقة أن دراسة الشخصيات التلفزيونية جماليا؛ لا ينصب فقط على دراسة الجمال في الشخصية؛ وإنما يتعدى ذلك إلى القيم الجملية الأخرى في علاقتها بالشخصيات التلفزيونية؛ كدراسة القبح، والفكاهة والضحك؛ والظواهر الجمالية الأخرى.

فدراسة مقدم الأخبار جماليا؛ تختلف عن دراسة مقدم حصة دينية؛ ودراسة ممثل في مسلسل أو فيلم، جماليا؛ تختلف من هذا النوع التلفزيوني إلى ذلك النوع.

ب – المكان التلفزيوني: يرتبط وجود الشخصيات التلفزيونية؛ بالمكان، سواء كان المكان فنيا، كالأستوديو؛ أم كان طبيعيا؛ ويعتبر هذا المكان الركيزة الأساس للصورة التلفزيونية؛ ويعتمد جمال المكان التلفزيوني، أو المكان السمعبصري –حسب طاهر عبد مسلم– على العناصر الآتية:

ـ الموقع: "وهو ما تشغله الأجسام من الفراغ ويكون لها فيه أبعاد موضوعية تنتظم في أشكال أو هيئات، وبمقدار صلة الموقع بالعوامل الأخرى يتحقق التأثير الذي يوجد

---

1 Bruno Braure La question dramaturgique dans senso, in Théorème. Classicisme et subversion.1 1990. Publication de la Sorbonne nouvelle.

للأجسام من خلال القدرة على التعبير"[1].

وتبرز الصفة الجمالية للموقع من خلال القدرة على التعبير الفني الذي يجعل من الموقع الفني موقعا يكاد يكون مطابقا لما هو عليه في الأصل؛ ويحصل ذلك من خلال درجة الرضا لدى الجمهور المشاهد.

والحقيقة، أن هناك صفة جمالية، لموقع، المتعلق بالمكان الطبيعي؛ حيث يكون المنظر الطبيعي؛ هو ذاته المكان التلفزيوني؛ ويتأسس هذا الطرح، مع التطور التكنولوجي؛ وعمليات البث التلفزيوني المباشر الحي.

ـ الاتجاه: للاتجاه علاقة بالموقع؛ وينقسم إلى أربعة اتجاهات رئيسية، هي: "الاتجاه الأفقي؛ والاتجاه العمودي؛ والاتجاه المائل لليسار، و لاتجاه المائل لليمين.."[2].

ويتحدد التوظيف الجمالي للاتجاه؛ بحسب الحالة النفسية للشخصيات التلفزيونية؛ وبحسب عملية الإبداع في عملية التصوير التلفزيوني، "ولكل الاتجاهات تأثيرها الخاص للنظر، فالاتجاه العمودي يوحي بالتوازن، والقوة والثبات، والقسوة؛ ويمثل الاتجاه الأفقي، السمو والكرامة، والوقار، والطموح، والاتجاه المائل، انتقالي وحركي ويمثل عدم الاستقرار"[3].

وإذا كان توظيف الاتجاه في الصورة التلفزيونية؛ عنصرا مهما في جماليات المكان التلفزيوني؛ فإن هذا الاتجاه يأخذ كذلك أهمية أخرى في الصورة التلفزيونية؛ المبنية على المنظر الطبيعي، المرتكز على البث المباشر الحي.

---

1 - طاهر عبد مسلم. عبقرية الصورة والمكان، الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2002، ص41.
2 - المرجع نفسه، ص42 وما بعدها
3 - طاهر عبد مسلم. مرجع سبق ذكره، ص42.

ـ الحجم: يعتبر الحجم عنصرا أساسا للصور التلفزيونية؛ في ارتباطه بالمكان التلفزيوني؛ فكل ما نشاهده عبر الشاشة ".. يعتمد على تركيب وتكوين الأشكال والأحجام والمجسمات.."[1]؛ وتبرز الصفة الجمالية للحجم من حيث كيفيات استخدام الأشياء؛ في ترابطها النفسي مع السياق الفني؛ لما تعكسه الصورة، فالأحجام الدالة على الغنى مثلا، تختلف عن الأحجام الدالة على الفقر، وهكذا..

ويمكن الحديث هنا، عن علاقة الحجم بقيمة الجميل حين يؤخذ، مقابل صفات الجمال؛ فنتحدث عن الجميل الخشن، والجميل الناعم، والجميل العظيم، والجميل الظريف[2].

وينبغي التذكير هنا؛ بأن علم الجمال التلفزيوني، لا يدرس جمالية الصورة التلفزيونية فقط؛ وإنما يدرس الظواهر الجمالية الأخرى، الموجودة في التلفزيون كالقبيح، والتراجيدي، والهزلي، والفكاهي..

ـ الملمس: "وهو تعبير يدل على الخصائص السطحية للمواد، وهو خليط يجمع بين الإحساس الناجم عن الملمس، والناجم عن الإدراك البصري"[3] ومن ثم يتولد الملمس؛ عبر خاصية الضوء، واللون، والصوت، وتكمن الصفة الجمالية للملمس؛ في مدى تحقيق الصورة التلفزيونية، لما يسمى الغنائية البصرية؛ القائمة على مدى درجة الترابط النفسي بين مكوناتها من جهة؛ وبين المشاهد من جهة أخرى.

وينبغي التأكيد هنا على أن الصورة التلفزيونية، العاكسة للمنظر الطبيعي تحتفظ بالملمس الطبيعي نفسه؛ وفي ذلك غنائية بصرية؛ لعملية المشاهدة التلفزيونية؛ خاصة أثناء النقل المباشر الحي.

---

1 - المرجع نفسه، ص43.

2 Mario Pilo. Op.cit.p.17

3 - طاهر عبد مسلم. مرجع سبق ذكره، ص45.

ـ اللون: يختلف استعمال اللون في مجمل الفنون، عن استعماله في التلفزيون، من حيث كيفيات الإحساس به؛ ومن حيث الدلالات الرمزية التي يتركها.

لقد لاحظنا، حينما تحدثنا عن الملمس، أن للون أهمية كبيرة في تحديده ومن ثم يكتسب هذا اللون قيمة جمالية في تركيب الصورة التلفزيونية.

وبهذا تحاول جمالية اللون، الكشف عن مدى النجاح، في استخدام الألوان في التلفزيون، من حيث درجة التجانس؛ والتناغم، كاستخدام الألوان الأساسية (الأحمر، الأصفر، الأزرق) والألوان الثنائية المركبة (البرتقالي، الأخضر، الزمردي، البنفسجي) والألوان الأخرى (الأبيض والأسود)[1].

ـ الزمان: يعتبر الزمن التلفزيوني من أكثر الأزمنة تعقيدا؛ على مستوى نظرية الفن؛ لأنه يحتوي على عدة مستويات وطبقات.[2]

يرتبط وجود الشخصيات والمكان في التلفزيون بالزمن؛ إذ لا يمكن الفصل بينهم؛ ويرتكز البعد الجمالي للزمن على كيفيات استخدامه داخل التلفزيون؛ فيما يخص الأنواع التلفزيونية القائمة على الخيال؛ كالأفلام، والمسلسلات؛ وكيفية توظيف الأزمنة المعروفة (الماضي، الحاضر، المستقبل) في هذه الأعمال الفنية.

كما يرتكز البعد الجمالي للزمن التلفزيوني على الزمن النفسي بما يحمله من دلالة؛ حين يتجلى في الصورة التلفزيونية، مخالفا للزمن الحياتي. وعلى هذا الزمن، من خلال البث المباشر، فيكون زمن البث التلفزيوني هو زمن المشاهدة.

1- طاهر عبد مسلم. مرجع سبق ذكره، ص49

2 - François Jost. Introduction à l'analyse de la télévision. Ellipses édition marketing. Paris. 1999. P.35

2 ـ التلفزيون وجماليات التلقي:

ارتبطت جمالية التلقي بما يسمى "نظرية القراءة" أو "نظرية النص"؛ في الدراسات النقدية الأدبية؛ وكانت تهتم بالآثار التي تفرزها عمليات القراءة؛ فيما سمي النص/القارئ؛ ولقد وضع "ياوس" Hans Robert Jauss، أسس جمالية التلقي حين حول بؤرة الاهتمام بالنص والكاتب، إلى الاهتمام بالنص والقارئ؛ ".. إن جمالية الاستقبال كما سمي "ياوس" نظريته في أواخر الستينات، وبداية السبعينات، تتضمن أن الخلاصة التاريخية للعمل الفني لا يمكن توضيحها بتفحص المنتوج أو وصفه ببساطة، بل يجب معاملة الأدب كإجراءات جدلية للإنتاج والاستقبال"[1].

ولقد تركزت نظرية "جمالية التلقي" على عناصر نحدد أهمها كالآتي:

ـ القراءة: يقصد عادة بالقراءة؛ عملية الفهم المعمق، وعملية إنتاج المعنى بناء على ما تم تلقيه خلال عملية القراءة، وهي " في حقيقتها نشاط فكري/لغوي مولد للتباين، منتج للاختلاف؛ فهي تتباين بطبيعتها عما تريد بيانه، وتختلف بذاتها عما تريد قراءته..."[2].

ويجدر التذكير هنا؛ أن عملية القراءة ليست واحدة في ذاتها؛ بل هي متعددة بتعدد القراء؛ "... وفحوى القول: إن النص يشكل كونا من العلامات والإشارات؛ يقبل دوما التفسير، والتأويل، ويستدعي أبدا قراءة ما لم يقرأ فيه من قبل"[3].

---

1 - روبرت سي هول. نظرية الاستقبال. مقدمة نقدية. ترجمة رعد عبد الجليل جواد، ط 1، دار الحوار للنشر، 1992، ص75.

2 - علي حرب. قراءة ما لم يقرأ. نقد القراءة. بيروت، باريس: الفكر العربي المعاصر، مركز الإنماء القومي، عدد: 60-61، جانفي 1989، ص41.

3 - المرجع نفسه، ص41.

وبناء على هذه الاختلافات الناتجة عن عملية القراءة، وتفكيك رموز النص الفني ظهر في الدراسات النقدية الأدبية عدد من التسميات لمصطلح القارئ.

ـ القارئ: يرتبط مفهوم القارئ بمستوى القراءة؛ وبما يتقاه من معنى من خلال عمليات فك رموز النص الأدبي؛ وإذا كانت القراءة قد أخذت جدلا واسعا بين النقاد؛ فإن القارئ كذلك قد أخذ هذا الجدال لدى النقاد أيضا.

وظهر مصطلح القارئ في مستويات أخرى متعلقة بكيفيات وجوده داخل النص الأدبي؛ من خلال العودة إلى ثنائية الكاتب/النص؛ فالنص يحتوي ويضم مسبقا صورا عن القارئ الذي سيتلقى العملية الإبداعية.

ولقد ظهرت بذلك عدة تسميات للقارئ، نورد أهمها كالآتي:

ـ القارئ الضمني: يرتبط هذا النوع من القراء بتصور الكاتب وتخيله للقارئ الذي يكتب له؛ ومن هنا يكون هذا النوع من القراء موجودا في النص ومحددا "من خلال حالة نصية واستمرارية إنتاج المعنى..."[1]، ويؤكد "آيزر" هذا المعنى بقوله: "إن هذا الاصطلاح يوحد كلا من ما قبل بناء المعنى الضمني في النص؛ وإحساس القارئ بهذا التضمين عبر إجراءات القراءة"[2].

ـ القارئ المثالي: "... وهو القارئ الذي يشاطر، تماما المؤلف الشفرات النصية، والمعجمية، والثقافية، والإيديولوجية التي يستخدمها..."[3].

---

1 - روبرت سي هول. مرجع سبق ذكره، ص103.

2 - المرجع نفسه، ص104.

3 - روبرت ألان. التلفريون والنقد المبني على القارئ. ترجمة حياة جاسم محمد. تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1991، ص24.

ـ القارئ النموذج: يرى "أومبرتو إيكو Umberto Eco أن القـارئ النمـوذج ".. هـو القـارئ الـذي يتمكن، افتراضا، من التعامل، على نحو تـأويلي مـع تغيـيرات (الـنص) بالطريقـة نفـسها التـي يتعامـل بهـا المؤلف، تعاملا، توليديا مع تلك التعبيرات"[1]؛ ويبدو بهذا أن القارئ النمـوذج يحمـل الثقافـة، نفـسها التـي يحملها الكاتب؛ حتى يستطيع تفكيك دلالات النص.

ـ القارئ الفعلي: هو القارئ الذي ".. يستقبل صورا ذهنية بعينها أثناء عملية القراءة؛ ولكـن هـذه الصورة لابد أن تتلون بلون مخزون التجربة الموجودة عند القارئ"[2]؛ يبدو هنـا أن هـذا النـوع مـن القـراء، متحصن بالقيم، والثقافة، مما يشكل مجالا تقف عنده تجربة الكاتب الشعورية.

ـ التجربة الجمالية: تتأسس التجربة الجمالية من بداية التلاقي بين القـارئ والـنص؛ مـن خـلال مدى التلاقي بين مكونـات الـنص أو الجـنس الأدبي وحالـة القـارئ النفـسية؛ والمزاجيـة؛ وحالتـه الثقافيـة؛ والقيمية؛ وللتجربة الجمالية مراحل عدة تقطعها؛ لتكتمل لدى القارئ، ولا يمكن بحال وضع هذه التجربة محل الاختبار؛ لأنها ممتدة في الزمن، وغير مدركة إدراكا واضحا.

ولذلك فالتجربة الجمالية، هي حالة شعورية تعم عملية تلقي النص الإبداعي من بداية الإحساس بالقراءة والتلقي؛ إلى بداية اللذة والمتعة الجماليتين بالتجلي لدى القارئ.

ـ المتعة الجمالية: تكون محصلة القراءة والتلقي؛ اللذة الفنية الناتجة عن التجربة الجمالية؛ ثم تتبعها بعد ذلك المتعة في مرحلة أو مراحل زمنية لاحقة لفعل التلقي؛ فقـد نحس بلذة القراءة والتلقي، لكننا قد لا نستمتع بمفرزات هذه اللذة، لأن النص الفنـي لم يرق إلى ذروة الإبداع الفني؛ ومزية الـنص المبـدع تكمـن في قدرتـه عـلى اسـتثارة المتعـة

---

1 - المرجع نفسه، ص24.

2 - المرجع نفسه، ص25.

الجمالية، وتبرز ثنائية اللذة والمتعة في نظرية "رولان بارت" حين "... تحيل لذة النص (في رأي بارت) إلى شيء تجهله الجمالية كل الجهل، وخصوصا الجمالية الأدبية، وهو المتعة؛ وهي ضرب من الإغماء ولغاء الفاعل"[1].

بعد هذا العرض المركز لأهم العناصر في جمالية تلقي الأدب، نحاول إقامة علاقة بين جمالية التلقي؛ في إطار النقد المبني على القارئ، والتلفزيون من خلال برامج الخيال وبرامج الواقع، كما نحاول معرفة مدى قدرة نظرية جمالية التلقي على استيعاب عملية المشاهدة التلفزيونية؛ بوصفها دالة على التفاعل بين التلفزيون والمشاهد.

الحقيقة أن دراسة جمالية تلقي التلفزيون؛ لم تأخذ حقها من البحث والتنظير وبعض ما كتب عن جمالية السمعبصري، لم يعد أن يكون مجرد رصد لمحتويات الصورة السينمائية؛ ومحتويات الصورة التلفزيونية، ودراسته جماليا من حيث عمليات الإخراج والمونتاج.

ونبدأ حديثنا عن جمالية المشاهدة التلفزيونية بالعناصر الآتية:

1ـ المشاهدة: يبدو من الناحية الشكلية أن هناك اختلافا بين القراءة والمشاهدة؛ من حيث الحواس والقدرات العقلية والفكرية المستعملة فيها.

لكن، من الناحية النقدية يمكن أن يتأسس مصطلح المشاهدة التلفزيونية على ما أفرزته دراسات النقد المبني على القارئ؛ إذ لاحظ روبرت آلان Robert Allen أنه بالإمكان تطبيق نظرية القراءة على التلفزيون.[2] وبالتالي يمكن تعريف المشاهدة التلفزيونية في إطار جمالية التلقي بأنها عملية تفاعلية بصرية بين المدركات؛ من خلال الصورة

---

1 - محمد خير البقاعي. تلقي "رولان بارت " في الخطاب العربي النقدي واللساني والترجمي. المجلد: 27 الكويت: عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد: 1، جوان – سبتمبر 1998، ص 29

2 - روبرت آلان. مرجع سبق ذكره، ص 16.

التلفزيونية، وبين المشاهد في سياق زمني خاضع للانتقائية، ومحكوم بالتواقتية؛ ومستويات الأزمنة التلفزيونية الأخرى.

ـ المشاهد: يتداخل مفهوم المشاهد بعملية المشاهدة، والتلقي التلفزيونيين من حيث كون هذا المصطلح قريب من نظرية جمالية التلقي. ويمكن تقسيم تسميات المشاهد إلى ما يأتي:

ـ المشاهد الضمني: استخدم هذا المصطلح في بعض الدراسات النقدية التلفزيونية التي اعتمدت نظرية التلقي؛ منطلقا منهجيا لها في دراسة التجربة التلفزيونية؛ (كدراسة روبرت آلان)؛ ولقد اعتمد مضمون ما قدمه "آيزر" في حديثه عن القارئ الضمني[1] لتعريف المشاهد الضمني، التخييلي الذي يعني أن منتج الرسالة التلفزيونية يستحضر المشاهد الذي يتوجه إليه في عمله؛ ويبدو واضحا في الأنواع التلفزيونية القائمة على الخيال.

ـ المشاهد المشخص: ترتبط تسمية هذا المشاهد بمخاطب أو ممثل تلفزيوني، يفترض أنه يقدم رسائل واضحة؛ بدلالات مفهومة إلى المتلقي أو المشاهد، ويرتبط هذا النوع من المشاهدين ببرامج الأخبار والإعلانات التلفزيونية، وفي هذا السياق لطرح المشاهد المشخص يرى "روبرت آلان"؛ "..أن التلفزيون كثيرا ما يهيئ لنا مشاهدين مشخصين على الشاشة؛ يفعلون ما لا يستطيع المشاهدون الحقيقيون أن يفعلوه: يتفاعلون مع الشخصيات الأخرى، ويستجيبون بأسلوب مثالي إلى مناشدات المخاطب وطلباته واستعجاله إياهم"[2].

ـ المشاهد المنتظم: ترتبط هذه التسمية بالمشاهدة المنتظمة، المبنية على تتبع حلقات أو مسلسلات تلفزيونية في أوقات محددة ومنتظمة، وتبدو المشاهدة هنا "..مرتبطة بتواريخ

---

1 - روبرت آلان. مرجع سبق ذكره، ص 23

2 - المرجع نفسه، ص 28.

وذكريات تتحد جميعا لتخلق مجموعة لا نهائية تقريبا من الصلات المحتملة بين حادثة وأخرى في العقدة"[1].

وتبدو الجمالية التلفزيونية واضحة هنا؛ من خلال هذا الارتباط النفسي الشعوري للمشاهد المنتظم؛ إذ يبقى مشدودا بخياله ووجدانه إلى ما تمت مشاهدته في وقته الحاضر، بما له صلة بما لم تتم مشاهدته في الوقت الآتي.

2 ـ التجربة الجمالية التلفزيونية: ترتبط تجربة المشاهدة التلفزيونية بالتجربة الجمالية لدى المشاهد؛ إذ لا يمكن الحديث عن جمالية التلقي التلفزيوني؛ بمعزل عن الفعل التلفزيوني؛ الذي هو في تنوع حسب الأنواع التلفزيونية.

ولذلك فالتجربة الجمالية التلفزيونية؛ هي حالة نفسية شعورية تعم عملية المشاهدة التلفزيونية؛ من بداية الإحساس والتلقي لمجمل الصور؛ إلى بداية اللذة والمتعة الجماليتين بالتحقق لدى المشاهد.

ويبدو أن تجربة المشاهدة التلفزيونية المتنوعة بتنوع البرامج والقنوات والفضائيات؛ لا تلبث أن تستقر على نمط واحد من المشاهدة؛ بل تتعداه إلى أنماط للمشاهدة؛ وهذا الطرح يتأكد في الدراسة التي أقامها "روبرت آلان" حين تحدث عن مشاهدتنا (أوبرا الصابون)؛ بوصفنا "... مشاهدي أوبرا الصابون؛ لا نملك إلا أن نكون داخل تدفق السرد في تلك الأوبرا..."[2]؛ بمعنى آخر نكون تابعين خلال عملية المشاهدة التلفزيونية للتتابع السردي التخيلي لبنية النص التلفزيوني.

---

1 - المرجع نفسه، ص 22.

2 - روبرت آلان. مرجع سبق ذكره، ص 18.

وبعد هذا الحديث "لروبرت آلان"؛ عن مشاهدة الأوبرا الصابونية؛ يتحدث عن نوع آخر من المشاهدة؛ وهي مشاهدة التلفزيون التجاري "... حيث يكون المشاهد مشاهدا مشخصا"[1].

ويخلص هذا الكاتب إلى أن ".. تجربتنا مع التلفزيون تتضمن صيغتين مختلفتين جدا من انشغال المشاهد، الأولى صيغة هوليود السردية، والصيغة الأخرى من صيغ التلفزيون في شغل المشاهد هي الصيغة البلاغية، وتتضمن برامج الأخبار، عروض المنوعات، البرامج التربوية، برامج الرياضة...، ويخاطب المشاهد هنا على نحو مباشر حين تنظر الشخصيات مباشرة نحو الكاميرا، وتتحدث إلى المشاهد..."[2].

ويمكن إضافة صيغة أخرى لهاتين الصيغتين السابقتين؛ هي صيغة مشاهدة البث المباشر لمجريات الأحداث، وهي تتشكل (كالزلازل، والفيضانات، والحروب...)؛ حيث يكون زمن المشاهدة والبث هو زمن واحد؛ وبذلك تتأسس تجربة شعورية جمالية لهذا النوع من المشاهدة.

وبهذا التنوع في مستويات وأنماط المشاهدة التلفزيونية؛ يمكن الافتراض نظريا وجود تنوع في التجارب الجمالية التلفزيونية؛ فجمالية تلقي الفيلم تختلف عن جمالية تلقي المسلسلات؛ وهذه الجماليات تختلف عن جمالية تلقي الأخبار.

وبعد هذه الإشارة إلى التجربة الجمالية التلفزيونية؛ ينبغي أن نشير إلى بعض عناصر جمالية التلقي التلفزيوني؛ كالآتي:

ـ متعة المشاهدة التلفزيونية: تختلف تجربة القراءة عن تجربة المشاهدة التلفزيونية بحكم اختلاف آليات التلقي، والتأويل الجماليين؛ وبهذا تكون متعة المشاهدة التلفزيونية

---

1 - المرجع نفسه، ص 28.
2 - المرجع نفسه، ص 26.

مختلفة عن متعة القراءة؛ ذلك أن ".. المتعة الجمالية (تتأسس) من خلال الطبيعة الخاصة بالتأمل الجمالي الذي يتم خلاله التعليق أو الإيقاف المؤقت بين المشاهد والعمل الفني الموجه له؛ فالمشاهد والعمل الجمالي يكونان شيئا واحدا؛ دون أي شعور بالانفصال بين الذات والموضوع..."[1].

ومن هنا يمكن الحديث عن المتعة الجمالية من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية؛ بوصفها محصلة التجربة التلفزيونية؛ فنقول: المتعة الجمالية التلفزيونية؛ هي حالة نفسية شعورية؛ ترتقي بالمشاهد إلى مستوى الراحة والاسترخاء؛ بفعل تولد اللذة البصرية، كما توقع ذلك "سانتيانا" حين أقر أن ".. المصدر الأساس للجمال هو اللذات البصرية..."[2] في ترابطها مع مفرزات الحواس الأخرى كحاستي السمع والشم؛ وحاسة الذوق.

ويمكن الإشارة هنا إلى جانب مهم في الجماليات؛ وهو الجماليات الروحية؛ التي لا يكون للإحساس المادي فيها دور كبير؛ وإنما تكون البصيرة هي أساس الإدراك الجمالي.

وبهذا الذي سبق؛ نعتقد أن المتعة الجمالية تختلف باختلاف طبيعة المشاهد؛ واختلاف البرامج التلفزيونية: فالمتعة التي تتولد من مشاهدة الأفلام؛ تختلف عن المتعة من خلال مشاهدة الأخبار على المباشر، وهاتان المتعتان تختلفان عن متعة مشاهدة الحصص الفكاهية.[*]

إن حديثنا عن تنوع المتع الجمالية التلفزيونية يؤدي بنا إلى طرح قضية جوهرية في الدراسات الجمالية التلفزيونية؛ وهي قضية نقل القيم من التلفزيون إلى الجمهور

---

1 - شاكر عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 41 – بتصرف -

2 - جورج سانتيانا، مرجع سبق ذكره، ص 99.

*- لمعرفة البرامج التلفزيونية التي حققت لعينة البحث متعة جمالية، أنظر الجانب التطبيقي، الجداول من 215 إلى 218.

المشاهد[1]، بعبارة أخرى؛ كيف تتجلى القيم الجمالية في التلفزيون؟ وكيف يمكننا معرفتها والإحساس بها؟

إن مشاهدة الجميل في البرامج التلفزيونية؛ سواء كان هذا الجميل متعلقا بشخصية تلفزيونية؛ أو بمناظر الديكور؛ أو بمناظر أخرى طبيعية، تولد لدينا متعة جمالية؛ وذاك مكمن الجمال وسره.

ونجد مفهوم الجمال هنا مجسدا كما طرحه "كانط" في نظريته الجمالية؛ في اللحظة الثانية الخاصة بالحكم الذوقي وفقا للحكم.**

ومقابل هذه المتعة الناتجة عن مشاهدة الجميل عبر التلفزيون؛ يتجسد القبح التلفزيوني؛ كنقيض للجميل؛ سواء كان هذا القبح قبحا فنيا متعلقا بشخصية تلفزيونية؛ أم كان قبحا متعلقا بمناظر تلفزيونية متسخة وغير نظيفة، فقد يحدث في تجربة المشاهدة التلفزيونية أن يتخلى المشاهد عن مشاهدة ما هو جميل؛ ليتجه إلى مشاهدة ما هو قبيح؛ بفعل ما أسماه قديما "القديس أوغسطين" حب الاستطلاع؛ ".. ففي مقابل تلك المتعة البصرية المرتبطة بالجمال: فإن الفضول يتحاشى الجميل، ويذهب خلف نقيضه تماما؛ من أجل لذة الاكتشاف والمعرفة..."[2]، وتتولد المتعة الجمالية حتى من مشاهدة القبيح؛ حين يتخذ المشاهد موقفا جماليا؛ ولو سلبيا من مظاهر القبح.

كذلك تختلف تجربة تلقي المتعة الجمالية؛ من الجميل إلى القبيح؛ لتصل إلى الجليل؛ كقيمة جمالية مختلف مضمونها وبناؤها عن باقي القيم الجمالية؛ ويمكن تقديم افتراض نظري عن تلقي الجليل عبر التلفزيون من خلال أخبار الكوارث الطبيعية؛ حيث تكون التغطية الإخبارية مباشرة.

---

1 -Genevieve Jacquinot. (Sous la direction) les jeunes et les médias, perspectives de la recherche dans le monde. Paris: L'harmattan. 2002. p.p 56.57

** أنظر قيمة الجميل.

2 - شاكر عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 556.

يفترض في مشاهدتنا لأخبار الكوارث أننا نشكل.. تجربة شعورية إخبارية قوامها الإحساس بالخوف، والرهبة، والشفقة.. وهنا قد يكون تفسير كل من "كانط" و"إدموند بيرك" بقيمة الجلال غير كاف لوحده لتفسير ظاهرة تلقي الكارثي الممزوج بالخوف؛ والرهبة؛ والشفقة... ذلك أن هناك قيمة أخرى تصاف لتجربة الجلال هاته؛ يمكن تسميتها (المطلق الآخروي)، ويكون الجلال هنا قد اكتمل...

وتختلف المتعة الجمالية في تجربة المشاهدة التلفزيونية؛ من تلقي التراجيدي المأساوي؛ إلى تلقي القيم الجمالية الأخرى؛ حيث يمتزج الألم بالإثارة؛ نتيجة تشابك أحداث البرنامج المشاهد؛ ويبرز هذا بشكل واضح في المسلسلات.

وإذا كان الاستمتاع بالمأساة التلفزيونية وارد؛ فإن الفكاهة كقيمة جمالية لها حضورها؛ من حيث قدرتها على نقل المشاهد من حالة اللاضحك إلى حالة الضحك؛ بفعل الصفات لمتوافرة في الشخصيات الفكاهية؛ وبفعل المواضيع المطروحة للنقد الفكاهي التلفزيوني.

إن الضحك بسبب مشاهدة برنامج تلفزيوني فكاهي؛ يحقق لنا متعة جمالية مختلفة عن المتع الجمالية الأخرى التي أفرزتها القيم الجمالية؛ من حيث درجة اللذة البصرية المتولدة عنها.

وساعة تحقق المتع الجمالية التلفزيونية؛ تتحقق لدى المشاهد الحاجة الجمالية المختلفة باختلاف القيم الجمالية؛ فهناك تمايز بين الحاجة الجمالية المتحققة من الجميل؛ والحاجة الجمالية المتحققة من القبيح؛ وهاتان الحاجتان الجماليتان؛ فيهما اختلاف عن الحاجة الجمالية المتحققة من المأساوي أو الفكاهي.

وبعد هذا الطرح النظري، ننتقل إلى الفصول التطبيقية؛ لنعرف طبيعة الدور الذي يقوم به التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب المبحوث.

الفصل الخامس عشر

مكونات البرامج التلفزيونية وعمليات الجذب الجمالي

الفصل الخامس عشر

مكونات البرامج التلفزيونية وعمليات الجذب الجمالي

تشكل الصورة التلفزيونية دعامة أساسية للبرامج التلفزيونية؛ من حيث البنية والتكوين؛ ومن حيث إمكانية انجذاب المتلقي وتفاعله جماليا مع مضمون الصورة؛ وستتناول هذه الفقرة عملية إدراك الألوان عبر البرامج التلفزيونية، وتحقيقها لعملية الانجذاب لدى عينة البحث، كما سيتناول جمالية تلقي الألوان ومدى مشاهدة التلفزيون، ثم السلوك الجمالي لعينة البحث؛ جراء تفضيل الألوان، كما سيتعرض هذه الفقرة إلى رأي عينة البحث في الصفة الجمالية للمنظر الطبيعي؛ من خلال تواجده في الطبيعة، مقابل عرضه في التلفزيون، وبعد هذا سيتم تناول تشكيل البرامج التلفزيونية للجماليات لدى عينة الدراسة، ثم تناول رأي المبحوثين في العناصر التي تزيد من جمالية الممثلين؛ إضافة إلى الشخصيات التلفزيونية المفضلة جماليا لدى الشباب المبحوث.

وأخيرا سيتم تناول رأي الشباب المبحوث في المدة الزمنية الكافية لاكتساب القيم الجمالية من خلال التلفزيون.

وسيتم في هذه الفقرة تفسير النتائج وفقا للفرضية الثالثة، والفرضية الرابعة، والفرضية الخامسة، والفرضية السادسة.

ـ إدراك الألوان عبر البرامج التلفزيونية:

تعتبر عملية إدراك الألوان عملية مهمة؛ لإحداث أي تفضيل بينها وبهذا تتناول هذه الفقرة دور البرامج التلفزيونية في جعل الشباب الجامعي المدروس ينجذب إلى الألوان ويفاضل بينها بحكم أن هذه الألوان تدخل في بنية القيمة الجمالية.

الجدول رقم 171: يبين العلاقة بين الألوان التي تجذب أفراد عينة البحث من خلال البرامج التلفزيونية ونالت تفضيلهم، والنوع.

النوع	الذكور			الإناث			المجموع
الألوان التي ينجذب إليها أفراد عينة البحث من خلال البرامج التلفزيونية	التكرار	%	الترتيب	التكرار	%	الترتيب	
الأبيض	108	15.46	2	132	10 07	4	240
الأسود	65	09.29	5	78	05.95	8	143
الأحمر	85	12.16	4	298	22 74	2	383
الأخضر	89	12.73	3	172	13.12	3	261
الأصفر	48	06.86	6	82	06.25	6	130
الأزرق	121	17.31	1	309	23.58	1	430
البنفسجي	32	04.58	8	30	02 29	9	62
البرتقالي	89	12.73	3	81	06.18	7	170
البني	28	04	9	04	00 30	10	32
الوردي	34	04.86	7	124	09.46	5	158
أخرى	-	00	0	00	00	0	00
المجموع	699	100		1310	100		2009

إن النظر في بيانات الجدول (171) المبين للعلاقة بين الألوان التي انجذب إليها كل من الذكور والإناث؛ من خلال البرامج التلفزيونية يكشف لنا عن أن اللون الأزرق قد

احتل المرتبة الأولى لدى الجنسين؛ بنسبة 17.31% لدى الذكور؛ و23.58% لدى الإناث، كما نجد اللون الأبيض قد احتل المرتبة الثانية لدى الذكور بنسبة 15.46%؛ أما المرتبة الثانية لدى الإناث فعادت للون الأحمر بنسبة 22.74% وأما بالنسبة للون الأخضر واللون البرتقالي فقد أخذا المرتبة الثالثة في مفاضلة الذكور.

أما المرتبة الثالثة في مفاضلة الإناث بين الألوان من خلال البرامج التلفزيونية؛ فعادت للون الأخضر بنسبة 13.12% وبالنسبة للون الذي أخذ المرتبة الرابعة لدى الذكور؛ فكان اللون الأحمر بنسبة 12.16%؛ في حين رجعت المرتبة الرابعة عند الإناث للون الأبيض بنسبة 10.07% وبالنسبة للون الأسود فقد أخذ المرتبة الخامسة لدى الذكور بنسبة 09.29%؛ أما المرتبة الخامسة في مفاضلة الإنث بين الألوان فعادت للون الوردي بنسبة 09.46%؛ وبالرجوع إلى الألوان التي انجذب إليها الذكور خلال مشاهدتهم للبرامج التلفزيونية؛ نجد أن اللون الأصفر قد أخذ اهتمام الذكور بنسبة 06.86% واحتل بذلك المرتبة السادسة عندهم كما احتل هذا اللون المرتبة نفسها في مفاضلة الإناث؛ بنسبة 6.25%، واحتل اللون الوردي لدى الذكور المرتبة السابعة بنسبة 4.86%؛ أما البرتقالي بنسبة 6.18%؛ وبالنظر في مفاضلة الذكور بين الألوان نلاحظ أن اللون البنفسجي قد احتل المرتبة الثامنة بنسبة 4.58%؛ أما في مفاضلة الإناث فنجدهن قد فضلن اللون الأسود في المرتبة الثامنة بنسبة 5.95%؛ وفضلن اللون البنفسجي في المرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة 2.29%؛ ويتفق كل من الذكور والإناث في ترتيب اللون البني في المرتبة الأخيرة.

ولمعرفة مدى قوة العلاقة الارتباطية بين الألوان الموجودة في التلفزيون ومتغير الجنس نقوم بحساب معامل سيبرمان لارتباط الرتب؛ بتطبيق المعادلة التالية:[1]

1 - عبد الحفيظ مقدم. الإحصاء والقياس النفسي والتربوي، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 88

فنحصل على قيمة إرتباط الرتب لسبيرمان؛ التي بلغت 0.78% وهي قيمة تدل على وجود علاقة قوية بين الألوان الموجودة في البرامج التلفزيونية ومتغير الجنس؛ وهذا عند درجة حرية 9 مستوى 0.01.

ونستنتج بهذا أن للتلفزيون دورا في صياغة ثقافة في مجال تفضيل واستخدام الألوان لدى الشباب الجامعي المبحوث؛ فما إن يظهر لون من الألوان في برامج التلفزيون (الجزائري والأجنبي) حتى نجد له معادلا موضوعيا لدى متتبعي تلك البرامج عامة؛ والشباب الجامعي خاصة ولدى فئة الإناث بصفة أخص.

الجدول رقم 172: يبين العلاقة بين الألوان التي تجذب أفراد عينة البحث من خلال البرامج التلفزيونية ونالت تفضيلهم، وبيئة النشأة.

بيئة النشأة	الريف			المدينة		
الألوان التي ينجذب إليها أفراد عينة البحث من خلال البرامج التلفزيونية	التكرار	%	الترتيب	التكرار	%	الترتيب
الأبيض	94	08.98	5	146	15.16	3
الأسود	73	06.97	8	70	07.26	5
الأحمر	197	18.83	2	186	19.36	2
الأخضر	115	10.99	4	146	15.16	3
الأصفر	81	07.74	7	49	05.08	7
الأزرق	226	21.60	1	204	21.18	1
البنفسجي	12	01.14	10	50	05.19	6

بيئة النشأة	الريف			المدينة		
البرتقالي	143	13.67	3	27	02 80	8
البني	21	02	9	11	01.14	9
الوردي	84	08.03	6	74	07.68	4
أخرى	-	00		-	00	
المجموع	1046	100		963	100	

بالانتقال لدراسة العلاقة بين الألوان من خلال البرامج التلفزيونية؛ ومتغير بيئة النشأة؛ نلاحظ من خلال بيانات الجدول (172) بأن هناك اتفاقا بين المبحوثين الذين هم من أصل ريفي والمبحوثين الذين هم من امدينة، في ترتيب بعض الألوان التي انجذبوا إليها خلال عمليات المشاهدة والتلقي لبرامج التلفزيون؛ فقد احتل اللون الأزرق المرتبة الأولى لدى مبحوثي الريف ومبحوثي الشباب الذين هم من المدن؛ كما أخذ اللون الأحمر المرتبة الثانية لدى مبحوثي الريف ومبحوثي المدينة.

أما الترتيب الثالث للألوان فقد اختلف الشباب المبحوث الدين هم من الريف؛ والشباب المبحوث الذين هم من المدن حوله؛ فبينما احتل اللون البرتقالي المرتبة الثالثة لدى من هم من الريف بنسبة 13.67%؛ احتل اللونان الأبيض والأخضر المرتبة الثالثة لدى من هم من المدينة بنسبة 15.16%؛ واحتل هذا اللون الأخضر المرتبة الرابعة لدى مبحوثي الريف بنسبة 10.99%؛ بينما عادت المرتبة الرابعة في مفاضلة مبحوثي المدينة إلى اللون الوردي بنسبة 07.68% ؛ والمرتبة الخامسة للون الأسود بنسبة 7.26%؛ وبالرجوع لمبحوثي الريف نلاحظ أن المرتبة الخامسة قد أخذها اللون اللون الأبيض بنسبة 8.98%؛ كما أخذ اللون الوردي المرتبة السادسة بنسبة 08.03%؛ أما المرتبة السادسة لدى مبحوثي المدينة فأخذها اللون البنفسجي بنسبة 5.19%؛ وبالنظر في ترتيب

اللون الأصفر؛ نرى المبحوثين قد رتبوه في الرتبة السابعة؛ أما الترتيب الثامن للون فقد وقع في ترتيبه خلاف بين امبحوثين؛ إذ أخذ اللون الأسود المرتبة السابقة الذكر لدى مبحوثي الريف؛ بينما أخذ اللون البرتقالي المرتبة الثامنة لدى مبحوثي المدينة؛ وأخذ اللون البني المرتبة الأخيرة في مفاضلة الشباب الذين هم من المدينة؛ بينما احتل هذا اللون المرتبة التاسعة لدى مبحوثي الريف؛ واحتل اللون البنفسجي المرتبة الأخيرة لديهم.

ولمعرفة مدى قوة العلاقة الإرتباطية بين الألوان الموجودة في التلفزيون؛ ومتغير بيئة النشأة؛ نرى أن معامل سبيرمان لارتباط الرتب قد بلغ 0.66 عند درجة حرية 9 مستوى الدلالة 0.05 وهي قيمة تدل على وجود علاقة قوية بين الألوان الموجودة في البرامج التلفزيونية؛ ومتغير بيئة النشأة.

تلعب العوامل الطبيعية دورا أساسا في تشكيل ثقافة الألوان لدى الإنسان؛ فالمناطق الباردة تختلف عن المناطق الحارة؛ في استخدام وتوظيف وتفضيل الألوان؛ ولذلك رأينا أهمية دراسة العلاقة بين الألوان التي انجذب إليها الشباب الجامعي المدروس ومتغير المؤسسة الجامعية.

الجدول رقم 173: يبين العلاقة بين الألوان التي تجذب أفراد عينة البحث من خلال البرامج التلفزيونية ونالت تفضيلهم، والمؤسسة الجامعية.

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة	
الألوان التي ينجذب إليها أفراد عينة البحث من خلال البرامج التلفزيونية	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب
الأبيض	49	3	36	6	12	5	143	4

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة	
الأسود	16	5	24	7	06	7	97	6
الأحمر	47	4	102	2	24	2	210	2
الأخضر	50	2	58	3	14	4	139	5
الأصفر	15	6	41	5	22	3	52	7
الأزرق	69	1	103	1	37	1	221	1
البنفسجي	14	7	10	9	04	8	34	8
البرتقالي	07	8	55	4	11	6	97	6
البني	04	9	14	8	-		14	9
الوردي	-		-		-		158	3
أخرى	-		-		-		-	
المجموع	271		443		130		1165	

يتضح لنا من بيانات الجدول (173) أن مبحوثي الجامعات الأربع المدروسة يفضلون في المرتبة الأولى اللون الأزرق؛ ثم يليه اللون الأحمر في المرتبة الثانية لدى جامعات ورقلة؛ جيجل؛ الجزائر؛ أما بالنسبة للمرتبة الثانية لدى طلبة سيدي بلعباس فرجعت إلى اللون الأخضر، أما الألوان الأبيض؛ والأحمر؛ والأسود فأخذا المراتب الثالثة والرابعة والخامسة على التوالي في تفضيلات مبحوثي جامعة سيدي بلعباس؛ أما لتفضيلات الألوان لدى مبحوثي جامعة ورقلة؛ فاحتل الأخضر المرتبة الثالثة والبرتقالي المرتبة الرابعة والأصفر المرتبة الخامسة؛ في حين احتل هذا اللون الأصفر المرتبة الثالثة لدى مبحوثي جامعة جيجل؛ وأخذ اللون الأخضر المرتبة الرابعة واللون الأبيض المرتبة

الخامسة لدى مبحوثي تلك الجامعة؛ أما بالنسبة لجامعة الجزائر؛ فقد فضل مبحوثوها اللون الوردي في المرتبة الثالثة؛ واللون الأبيض في المرتبة الرابعة؛ واللون الأخضر في المرتبة الخامسة؛ وبالرجوع إلى تفضيلات طلبة جامعة سيدي بلعباس للألوان من خلال مشاهدتهم البرامج التلفزيونية نلاحظ أن اللون الأصفر قد أخذ المرتبة السادسة؛ والمرتبة السابعة قد أخذها اللون البنفسجي؛ أما المرتبتان السادسة والسابعة في تفضيلات طلبة جامعة ورقلة للألوان من خلال مشاهدتهم البرامج التلفزيونية فكانت للأبيض والأسود على التوالي؛ وأما المرتبتان السادسة والسابعة في تفضيلات طلبة جامعة جيجل للألوان من خلال مشاهدتهم البرامج التلفزيونية فرجعت للبرتقالي والأسود على التوالي؛ ورجعت المرتبة السادسة للون الأسود لدى طلبة جامعة الجزائر؛ كما رجعت المرتبة السابعة للون الأصفر لدى هؤلاء الطلبة؛ واحتل اللونان البنفسجي والبني المرتبتين الأخيرتين لدى هؤلاء الطلبة أيضا؛ أما اللون البنفسجي فقد احتل المرتبة الأخيرة لدى مبحوثي جامعة جيجل؛ وأما البني والبنفسجي فقد احتلا المرتبتين الأخيرتين في تفضيلات طلبة جامعة ورقلة للألوان؛ في حين أخذ اللونان البرتقالي والبني المرتبتين الأخيرتين في تفضيلات طلبة سيدي بلعباس.

ومما سبق نلاحظ أن اللون الوردي قد تمركز تفضيله على طلبة جامعة الجزائر بتكرار ورتبة مهمين أما اللون البني فلم ينل تفضيل طلبة جامعة جيجل؛ كما أن تكراراته لدى الجامعات الثلاث المتبقية كانت ضعيفة.

ويمكن الاستنتاج مما سبق أن التلفزيون يساعد الشباب الجامعي المبحوث في تفضيل الألوان والانجذاب إليها؛ دون إحداث فروق كبيرة في مدى ذينك التفضيل والانجذاب بين طلبة الجامعات المدروسة. ويمكن تفسير احتلال اللون الأزرق للمرتبة الأولى لدى الجامعات المدروسة؛ بتأثير العوامل الطبيعية، كالمناخ، وزرقة السماء، على اختيار وتفضيل هذا اللون.

إذا كانت البرامج التلفزيونية قد ساهمت في جذب الشباب المبحوث للألوان التي تحتويها؛ ففاضل بينها فإن معرفة العلاقة بين مدى المشاهدة؛ وعملية إدراك الألوان عبر التلفزيون ذات أهمية في تحديد جدلية الانجذاب والتفضيل المحكومين بروابط نفسية اجتماعية ثقافية...

الجدول رقم 174: يبين العلاقة بين الألوان التي تجذب أفراد عينة البحث من خلال البرامج التلفزيونية ونالت تفضيلهم، ومدى مشاهدة برامج التلفزيون الجزائري.

مدى مشاهدة برامج التلفزيون الجزائري	دائما		أحيانا		نادرا	
الألوان التي ينجذب إليها أفراد عينة البحث من خلال البرامج التلفزيونية	لتكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب
الأبيض	39	2	175	4	26	3
الأسود	29	3	109	8	05	6
الأحمر	49	1	305	2	29	2
الأخضر	49	1	179	3	33	1
الأصفر	05	6	120	6	05	6
الأزرق	49	1	367	1	14	5
البنفسجي	-		59	9	03	8
البرتقالي	24	4	143	5	03	8
البني	-		28	10	04	7
الوردي	18	5	115	7	25	4

مدى مشاهدة برامج التلفزيون الجزائري	دائما		أحيانا		نادرا	
أخرى	-		-		-	
المجموع	262		1600		147	

يتناول الجدول (174) العلاقة بين الألوان التي انجذب إليها الشباب المبحوث؛ ومدى مشاهدة برامج التلفزيون الجزائري؛ فيتبين لنا أن المبحوثين الشباب الذين يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري دائما قد فضلوا الألوان؛ الأخضر؛ الأحمر؛ الأزرق؛ في المرتبة الأولى.

أما بالنسبة لمن يشاهدون تلك البرامج أحيانا ففضلوا اللون الأزرق أولا؛ أما من يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري نادرا فقد فضلوا اللون الأخضر أولا؛ وبالرجوع إلى من يشاهدون البرامج السابقة دائمة؛ فإننا نلاحظ أن اللونين الأبيض والأسود قد احتلا المرتبتين الأول والثانية على التوالي وبالانتقال إلى من يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري أحيانا؛ نجدهم قد فضلوا اللون الأحمر ثانيا واللون الأخضر ثالثا في حين فضل الذين يشاهدون البرامج السابقة نادرا؛ اللون الأحمر ثانيا واللون الأبيض ثالثا.

وبالرجوع إلى من كانت مشاهدتهم دائمة لبرامج التلفزيون الجزائري؛ نجد أن اللون البرتقالي قد احتل المرتبة الرابعة وأن اللون الوردي قد احتل المرتبة الخامسة، والسادسة كانت للأصفر مرتبة مشتركة بين من يشاهدون دائما وأحيانا ونادرا والسابعة أن للون الوردي مرتبة عند الذين يشاهدون أحيانا؛ أما من يشاهدون نادرا ففضلوا اللون البني في المرتبة السابعة؛ والمرتبة الأخيرة احتلها اللونان البنفسجي والبرتقالي.

وبالنسبة لمن يشاهدون التلفزيون الجزائري أحيانا؛ فقد احتل اللونان البنفسجي؛ والبني المرتبتين الأخيرتين في تفضيلهم للألوان من خلال البرامج التلفزيونية.

الجدول رقم 175: يبين العلاقة بين الألوان التي تجذب أفراد عينة البحث من خلال البرامج التلفزيونية ونالت تفضيلهم، ومدى مشاهدة برامج الفضائيات.

مدى مشاهدة برامج الفضائيات	دائما		أحيانا		نادرا	
الألوان التي ينجذب إليها أفراد عينة البحث من خلال البرامج التلفزيونية	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب
الأبيض	108	5	96	3	36	4
الأسود	75	6	46	7	22	5
الأحمر	147	3	165	2	71	1
الأخضر	151	2	73	5	37	3
الأصفر	62	7	68	6	-	
الأزرق	176	1	193	1	61	2
البنفسجي	27	8	35	8	-	
البرتقالي	62	7	94	4	14	6
البني	18	9	14	10	-	
الوردي	117	4	32	9	09	7
أخرى	-		-			
المجموع	943		816			

يتضح من بيانات الجدول (175) أن المبحوثين الذين يشاهدون برامج الفضائيات دائما وأحيانا قد فضلوا اللون الأزرق في المرتبة الأولى؛ في حين احتل اللون الأحمر المرتبة

الأولى في مفاضلة الذين يشاهدون برامج الفضائيات نادرا؛ وبالرجوع إلى من يشاهدون هذه البرامج دائما، نلاحظ أن اللون الأخضر قد احتل المرتبة الثانية؛ كما احتل اللون الأحمر المرتبة الثالثة لديهم؛ أما الذين يشاهدون برامج الفضائيات أحيانا؛ ففضلوا اللون الأحمر في المرتبة الثانية؛ واحتل اللون الأبيض عندهم المرتبة الثالثة؛ وأما الذين يشاهدون تلك البرامج نادرا فأخذ اللون الأزرق عندهم المرتبة الثانية كما أخذ اللون الأخضر المرتبة الثالثة؛ وبالرجوع إلى من يشاهدون برامج الفضائيات دائما؛ نرى أن اللون الوردي قد احتل المرتبة الرابعة؛ كما احتل اللون الأبيض المرتبة الخامسة؛ وأخذ اللون الأسود المرتبة السادسة؛ في حين أخذ اللون البرتقالي المرتبة الرابعة لدى من يشاهدون البرامج السابقة أحيانا؛ كما أخذ اللون الأخضر لمرتبة الخامسة لديهم أيضا واحتل اللون الأصفر المرتبة السادسة في مفاضلتهم.

أما الذين يشاهدون برامج الفضائيات نادرا؛ ففضلوا اللون الأبيض في المرتبة الرابعة؛ واللون الأسود في المرتبة الخامسة كما فضلوا اللون البرتقالي في المرتبة السادسة وما قبل الأخيرة.

وبإعادة النظر في تفضيلات الألوان لدى من يشاهدون برامج الفضائيات دائما نلاحظ أن المرتبة السابعة قد أخذها اللونان الأصفر والبرتقالي؛ أما المرتبتين الأخيرتين فأخذهما اللونان البنفسجي والبني.

وبالنسبة لتفضيلات الألوان لدى من يتابعون الفضائيات أحيانا فنلاحظ أن اللون الأسود قد أخذ المرتبة السابعة كما أخذ اللون البنفسجي المرتبة الثامنة كما أخذ اللون الوردي والبني المرتبة الأخيرة؛ في حين رجعت المرتبة الأخيرة للوردي عند من يشاهدون نادرا.

تناولنا فيما سبق الألوان التي انجذب إليها الشباب الجامعي المبحوث وفاضل بينها؛ أما الآن فسنحاول معرفة رأي هؤلاء المبحوثين في طريقة استخدام برامج القنوات التلفزيونية للألوان.

الجدول رقم 176: يبين رأي أفراد عينة البحث في البرامج التلفزيونية التي تستعمل الألوان بطريقة متناسقة ومتجانسة.

القنوات التلفزيونية	التلفزيون الجزائري		القنوات الفضائية العربية		القنوات الفضائية الغربية		المجموع
البرامج التلفريونية التي تستعمل الألوان بطريقة متجانسة	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
الأفلام	97	13.66	167	19.46	238	23.66	502
المسلسلات	128	18.02	266	31	187	18.58	581
الإشهار	287	40.44	222	25.88	353	35.08	862
الحصص الفنية والثقافية	198	27.88	202	23.54	224	22.28	624
أخرى	-	00	01	00.12	04	00.40	05
المجموع	710	100	858	100	1006	100	2574

يتضح لنا من بيانات الجدول (176) أن الإشهار في التلفزيون الجزائري يستعمل الألوان بطريقة متناسقة ومتجانسة بنسبة40.44% آخذا بذلك المرتبة الأولى؛ تأتي بعد ذلك الحصص الفنية والثقافية بنسبة 27.88% محتلة المرتبة الثانية ثم تأتي المسلسلات في المرتبة الثالثة؛ بنسبة 18.02%؛ وبالانتقال إلى رأي الشباب الجامعي في برامج الفضائيات العربية؛ التي تستعمل الألوان بطريقة متناسقة ومتجانسة نرى أن المسلسلات قد أخذت

المرتبة الأولى بنسبة 31%؛ يليها الإشهار بنسبة 25.88%؛ ثم تأتي الحصص الفنية والثقافية محتلة المرتبة الثالثة بنسبة 23.54%؛ أما الأفلام فبلغت نسبتها 19.46%.

وبانتقالنا إلى رأى الشباب المبحوث في برامج الفضائيات الغربية التي تستعمل الألوان بطريقة متناسقة ومتجانسة نلاحظ أن الإشهار قد أخذ المرتبة الأولى بنسبة 35.08%؛ ثم تأتي الأفلام بنسبة 23.66%؛ ثم تليها الحصص الفنية والثقافية في المرتبة الثالثة بنسبة 22.28%؛ ثم تأتي المسلسلات في امرتبة الرابعة بنسبة 18.58%.

ـ الألوان من خلال التلفزيون وعملية الجذب الجمالي:

يرتبط الانجذاب إلى الألوان؛ والمفاضلة بينها؛ بالعوامل النفسية والاجتماعية للفرد، فإن كنا قد تناولنا الألوان من خلال التلفزيون بحكم ارتباطها بما هو جمالي داخل هذا التلفزيون؛ فإننا ستحاول الاقتراب من معرفة مدى الآثار السيكولوجية التي تنتاب الشباب الجامعي المدروس؛ نتيجة تذوق الألوان.

الجدول رقم 177: يبين العلاقة بين مدى تحقيق الألوان التي جذبت عينة البحث من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية للعناصر الآتية والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
مدى تحقيق الألوان التي جذبت عينة البحث للعناصر الآتية	التكرار	%	التكرار	%	
المتعة	73	22.88	120	18.83	193
راحة العينين	83	26.01	129	20.25	212
معرفة كيفية استخدام الألوان	34	10.65	117	18.36	151

الراحة النفسية	109	34.16	242	37.99	351
الابتهاج	20	06.26	28	04.39	48
أخرى	-	00	01	00.15	01
المجموع	319	100	637	100	956

تكشف لنا بيانات الجدول (177) أن الراحة النفسية قد تحققت لدى الذكور بنسبة 34.16%؛ محتلة بذلك المرتبة الأولى تليها راحة العينين بنسبة 26.01%؛ ثم تتحقق المتعة لديهم بنسبة 22.88%؛ وتأتي بعد ذلك معرفة كيفية استخدام الألوان في الحياة اليومية بنسبة 10.65%؛ أما الابتهاج فأخذ امرتبة الأخيرة بنسبة 6.26%.

وبالانتقال إلى الإناث نلاحظ كذلك أن الراحة النفسية؛ نتيجة تلقيهن الألوان عبر التلفزيون قد احتلت المرتبة الأولى لديهن بنسبة 37.99% ثم تأتي راحة العينين في المرتبة الثانية بنسبة 20.25%؛ تليها المتعة بنسبة 18.83%؛ ثم تأتي معرفة كيفية استخدام الألوان في الحياة اليومية بنسبة 18.36%؛ أما الابتهاج فأخذ المرتبة الأخيرة بنسبة 4.39%.

ويبدو مما سبق أن عملية إدراك الألوان عبر التلفزيون تفرز الآثار النفسية لدى كل من الذكور والإناث أولا؛ ومرد ذلك راجع إلى الترابط بين الراحة النفسية التي تحققت براحة لعينين؛ بعد ذلك تأتي المتعة كخلاصة لذلك الأثر الذي مارسته الألوان على المبحوثين.

ويبدو أن في هذا الذي سبق ذكره؛ رتباطا بعمليات التزيين وتنسيق الألوان في الحياة اليومية للمبحوثين.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة في بيانات الجدول السابق؛ نرى أن كا^2 قد بلغت **15.70** وهي دالة عند درجة حرية 7 مستوى دلالة 0.01

الجدول رقم 178: يبين العلاقة بين مدى تحقيق الألوان التي جذبت عينة البحث من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية للعناصر الآتية وبيئة النشأة.

بيئة النشأة	الريف		المدينة		**المجموع**
مدى تحقيق الألوان التي جذبت عينة البحث للعناصر الآتية	**التكرار**	%	**التكرار**	%	
المتعة	64	13.53	129	26.70	193
راحة العينين	132	27.90	80	16.56	212
معرفة كيفية استخدام الألوان	70	14.79	81	16.77	151
الراحة النفسية	174	36.78	177	36.64	351
الانتهاج	33	06.97	15	03.10	48
أخرى	-	00	01	00.20	01
المجموع	473	100	483	100	956

بالنظر في بيانات الجدول (178) نرى أن الراحة النفسية قد تحققت من خلال تلقي الألوان التلفزيونية بنسبة36.78%؛ لدى مبحوثي الريف؛ ثم تأتي راحة العينين؛ في المرتبة الثانية بنسبة 27.90%؛ تليها معرفة كيفية استخدام الألوان بنسبة 14.49%؛ أما المتعة فجاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة 13.53% وأما الابتهاج فقد حققته الألوان

لدى مبحوثي الريف بنسبة 6.97% وبالانتقال إلى المبحوثين الذين هم من المدينة نلاحظ أن الراحة النفسية قد تحققت لديهم بنسبة 36.64% كما تحققت المتعة لديهم بنسبة 26.70% أما معرفة استخدام الألوان فكانت نسبتها 16.77%؛ تليها راحة العينين بنسبة 13.56%؛ وأما تحقيق الألوان الموجودة في البرامج التلفزيونية للابتهاج فكان بنسبة ضعيفة بلغت 3.10%.

ومما سبق تناوله؛ تبقي العوامل النفسية التي حققتها الألوان من خلال مشاهدة مبحوثي الريف والمدينة للبرامج التلفزيوبية قائمة.

وبالنظر في الدلالة الإحصائية للفروق الموجودة بين مبحوثي الريف ومبحوثي المدينة في تحقيق الألوان لديهم لبعض العناصر الواردة في الجدول أعلاه؛ نرى أن كا² قد بلغت 42.85 وهي قيمة دالة إحصائيا عند درجة حرية 5 مستوى دلالة 0.01.

الجدول رقم 179: يبين العلاقة بين مدى تحقيق الألوان التي جذبت عينة البحث من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية للعناصر الآتية، والمؤسسة الجامعية.

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة	
مدى تحقيق الألوان للعناصر الآتية	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
المتعة	36	24.32	41	18.72	21	29.16	95	18.37
راحة العينين	43	29.05	39	17.80	06	08.33	124	23.98
معرفة كيفية استخدام الألوان	26	17.56	17	07.76	07	09.72	101	19.53
الراحة النفسية	38	25.67	109	49.77	21	29.16	183	35.39
الابتهاج	05	03.37	13	05.93	16	22.22	14	02.70

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة	
أخرى	-	00	-	00	01	01 38	-	00
المجموع	148	100	219	100	72	100	517	100

يكشف لنا الجدول (179) عن تحقيق راحة العينين لدى طلبة جامعة سيدي بلعباس بنسبة 29.05%؛ كما تحققت لديهم الراحة النفسية بنسبة 25.67% تليها المتعة بنسبة 24.32%؛ أما الابتهاج فحققته الألوان عند طلبة سيدي بلعباس بنسبة 3.37%.

وبالنسبة لطلبة جامعة ورقلة نجد أن الألوان التي انجذبوا إليها من خلال التلفزيون قد حققت لديهم لراحة النفسية بنسبة 49.77%؛ كما حققت لديهم المتعة بنسبة 18.72%؛ تليها راحة العينين بنسبة 17.80%؛ أما معرفة استخدام الألوان والابتهاج فكان تحقيقها ضعيفا لدى مبحوثي جامعة ورقلة.

أما بالنسبة لطلبة جامعة جيجل فقد حققت لديهم الألوان التي انجذبوا إليها من خلال متابعتهم لبرامج التلفزيون؛ المتعة والراحة النفسية بنسبة بلغت 29.16%؛ ثم يأتي بعدها الابتهاج بنسبة 22.22%؛ ثم تأتي معرفة استخدام الألوان بنسبة 9.72%؛ تليها راحة العينين بنسبة8.33%.

وأما بالنسبة لطلبة جامعة الجزائر فقد حققت لديهم الألوان التي انجذبوا إليها من خلال متابعتهم لبرامج لتلفزيون؛ الراحة النفسية بنسبة 35.39%؛ وراحة العينين بنسبة 23.98%؛ ثم تأتي معرفة استخدام الألوان بنسبة 19.53%؛ تليها المتعة بنسبة 18.37%؛ أما الابتهاج فقد تحقق بنسبة 2.70%؛ ويتضح من النتائج السابقة؛ أن العناصر النفسية (الراحة النفسية؛ راحة العينين؛ المتعة) هي التي استأثرت بما حققته الألوان لدى الشباب الجامعي المبحوث.

ـ جمالية تلقي الألوان ومدى مشاهدة التلفزيون:

تعتبر عملية تلقي وتذوق الألوان من خلال مشاهدة التلفزيون؛ من أهم العمليات الجمالية التي يمارسها فعل المشاهدة لدى الجمهور المتلقي، من خلال تحقق المتعة الجمالية، والتفضيل الجمالي للألوان؛ المرتبط بالأبعاد النفسية، والاجتماعية، والبيئية للشباب المبحوث، وسنحاول هنا معرفة مدى المشاهدة التلفزيونية وعلاقتها بما تحققه الألوان لدى المبحوثين.

الجدول رقم 180: يبين العلاقة بين مدى تحقيق الألوان التي جذبت عينة البحث من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية للعناصر الآتية، ومدى مشاهدة برامج التلفزيون الجزائري.

مدى مشاهدة برامج التلفزيون الجزائري	دائما		أحيانا		نادرا	
مدى تحقيق الألوان للعناصر الآتية	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
المتعة	.7	11.48	160	21.62	16	23.52
راحة العينين	32	21.62	165	22.29	15	22.05
معرفة كيمية استخدام الألوان	23	15.54	119	16.08	09	13.23
الراحة النفسية	64	43.24	260	35.13	27	39.70
الابتهاج	12	08.10	35	04.72	01	01.47
أخرى	-	00	01	00.13	-	00
المجموع	148	100	740	100	68	100

ننتقل الآن لدراسة العلاقة بين مدى مشاهدة برامج التلفزيون الجزائري؛ وتحقق الألوان للعناصر الواردة في الجدول (180) أعلاه فيتضح أن الذين يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري دائما قد تحققت لديهم الراحة النفسية بنسبة 43.24%؛ وراحة العينين بنسبة 21.62%؛ ثم تأتي معرفة كيفية استخدام الألوان بنسبة 15.54%؛ أما الابتهاج فتحقق بنسبة 8.10%؛ وبالنسبة للذين يشاهدون برامج التلفريون الجزائري أحيانا فقد تحققت لديهم الراحة النفسية بنسبة 35.13%؛ وراحة العينين بنسبة 22.29%؛ والمتعة بنسبة 21.62%؛ كما تحققت معرفة كيفية استخدام الألوان بنسبة 16.08%؛ أما الابتهاج فتحقق بنسبة 4.72%.

وفيما يتعلق بمن يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري نادرا فقد تحققت لديهم الراحة النفسية بنسبة 39.70%؛ والمتعة بنسبة 23.52%؛ وراحة العينين بنسبة 22.05%؛ وبلغت نسبة تحقق معرفة كيفية استخدام الألوان 13.23%؛ أما نسبة الابتهاج فكانت ضعيفة جدا.

ويبدو من هذا الذي سبق أن الجوانب النفسية التي حققتها الألوان لدى من يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري؛ لا ترتبط بحجم المشاهدة.

الجدول رقم 181: يبين العلاقة بين مدى تحقيق الألوان التي جذبت عينة البحث من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية للعناصر الآتية، ومدى مشاهدة برامج الفضائيات.

مدى مشاهدة برامج الفضائيات	دائما		أحيانا		نادرا	
مدى تحقيق الألوان التي جذبت عينة البحث من خلال مشاهدة التلفزيون	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
المتعة	75	15.62	86	24.50	32	25.60

مدى مشاهدة برامج الفضائيات	دائما		أحيانا		نادرا	
راحة العينين	144	30	51	14 52	17	13.60
معرفة كيفية استخدام الألوان	84	17.50	44	12.53	23	18.40
الراحة النفسية	148	30.83	164	46.72	39	31.20
الابتهاج	28	05.83	06	01.70	14	11.20
أخرى	01	00.20	-	00	-	00
المجموع	480	100	351	100	125	100

وبدراسة العلاقة بين مدى مشاهدة برامج الفضائيات وتحقيق الألوان للعناصر الواردة في الجدول (181)؛ يتبين أن الذين يشاهدون برامج الفضائيات دائما؛ قد تحققت لديهم الراحة النفسية بنسبة 30.83%؛ وراحة العينين بنسبة 30%؛ ثم تأتي معرفة كيفية استخدام الألوان بنسبة 17.50%؛ أما المتعة فكانت نسبة تحققيها 15.62%؛ وأما الابتهاج فكانت نسبة تحققه ضعيفة 5.83%؛ وبالنسبة للمبحوثين الذين يشاهدون الفضائيات أحيانا فقد حققت لهم الألوان التي انجذبوا ليها خلال عمليات التلقي للبرامج الراحة النفسية؛ بنسبة 46.72%؛ والمتعة بنسبة 24.50%؛ كما تحققت لديهم راحة العينين بنسبة 14.52%؛ ومعرفة كيفية استخدام الألوان بنسبة 12.53%؛ أما الابتهاج فكان تحققه ضعيفا جدا.

أما بالنسبة للمبحوثين الذين يشاهدون الفضائيات نادرا فقد حققت الألوان لديهم الراحة النفسية بنسبة 31.20%؛ والمتعة بنسبة 25.60%؛ ومعرفة كيفية استخدام الألوان بنسبة 18.40%؛ ثم تأتي راحة العينين بنسبة 13.60%؛ يليها الابتهاج بنسبة 11.20%.

ويمكن الاستنتاج أن الجوانب النفسية التي حققتها الألوان لمشاهدي برامج الفضائيات؛ لا ترتبط بحجم المشاهدة.

ـ تشكيل البرامج التلفزيونية ثقافة الألوان لدى عينة البحث:

إن استعمال الألوان في الحياة اليومية بطريقة متجانسة ومتناغمة دليل على وجود ثقافة في مجال استعمال هذه الألوان؛ ولذلك سنحاول هنا معرفة مدى قدرة التلفزيون على تشكيل هذه الثقافة لدى الشباب الجامعي المبحوث.

الجدول رقم 182: يبين دور مشاهدة البرامج التلفزيونية في مساعدة عينة البحث على تكوين وترسيخ وتغيير ثقافة الألوان.

برامج القنوات التلفزيونية	التلفزيون الجزائري		القنوات الفضائية العربية		القنوات الفضائية الغربية	
مدى مساعدة البرامج التلفزيونية عينة البحث في تشكيل ثقافة الألوان	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان	311	52.80	301	51.10	287	48 72
ترسيخ ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة	203	34.46	204	34.63	141	23.93
تغيير ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة بأخرى	75	12.73	84	14.26	161	27 33

القنوات الفضائية الغربية		القنوات الفضائية العربية		التلفزيون الجزائري		برامج القنوات التلفزيونية
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	مدى مساعدة البرامج التلفزيونية عينة البحث في تشكيل ثقافة الألوان
100	589	100	589	100	589	المجموع

إذا كان المبحوثون الشباب قد انجذبوا إلى الألوان وفاضلوا بينها فحققت لهم استجابات نفسية؛ ومتعة وابتهاجا فإنها بعد ذلك قد ساعدت عينة البحث في تشكيل وتكوين ثقافة في مجال استخدام الألوان.

يتضح من بيانات الجدول (182) أن 52.80% من المبحوثين يرون أن برامج التلفزيون الجزائري قد ساعدتهم على تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان، ورأى 34.46%؛ أن برامج التلفريون الجزائري قد ساعدتهم على ترسيخ ما كان موجودا عندهم من ثقافة في مجال استخدام الألوان ثقافتهم في مجال استخدام الألوان بأخرى فبلغت نسبتهم 12.73%.

وفيما يتعلق بدور القنوات الفضائية العربية في تشكيل ثقافة الألوان لدى الشباب الجامعي المدروس فقد رأى 51.10%؛ منهم أن هذه القنوات قد شكلت وكونت لديهم ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ كما رأى 34.63% منهم أن هذه الفضائيات قد رسخت ما كان موجودا عندهم من ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ أما من غيرت لهم الفضائيات العربية ثقافتهم في مجال استخدام الألوان بأخرى فبغت نسبتهم 14.26%.

وأما فيما يتعلق بدور القنوات الفضائية الغربية؛ في تشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ لدى عينة الدراسة؛ فقد رأى 48.72% من المبحوثين أن القنوات الفضائية السابقة؛ كونت وشكلت لهم ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ أما من غيرت لهم

الفضائيات الغربية ثقافتهم في مجال استخدام الألوان بأخرى؛ فبلغت نسبتهم 27.33%؛ في حين بغت نسبة من ترسخت لديهم ثقافة استخدام الألوان 23.93%.

نستنتج مما سبق أن القنوات التلفزيونية كلها قد عملت على تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان لدى أفراد عينة البحث؛ مما يشير إلى أن التلفزيون قادر على نقل القيم الجمالية ومحتوياتها إلى الجمهور المبحوث.

الجدول رقم 183: يبين العلاقة بين مدى مساعدة برامج التلفزيون الجزائري على تكوين وترسيخ ثقافة عينة البحث في مجال الألوان والنوع.

النوع	الذكور		الإناث	
مدى مساعدة برامج التلفزيون الجزائري على تكوين وتغيير وترسيخ ثقافة الألوان	التكرار	%	التكرار	%
تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان	108	55.10	203	51.65
ترسيخ ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة	76	38.77	127	32.31
تغيير ما كان موحودا عندك من هذه الثقافة بأخرى	12	06.12	63	16.03
المجموع	196	100	393	100

نتناول الآن العلاقة بين مدى مساعدة برامج التلفزيون الجزائري كلا من الذكور والإناث في تكوين ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ فيتضح من بيانات الجدول (183)؛ أن نسبة 55.10% من الذكور قد استطاعت برامج التلفزيون الجزائري؛ أن تشكل وتلون لديهم ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ كما أن 38.77% قد ترسخت ثقافتهم عن الألوان؛ في حين كانت نسبة من غيرت تلك البرامج السابقة؛ ثقافتهم عن الألوان بأخرى 6.13%؛ وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسبتين السابقتين.

وبالانتقال إلى الإناث نجد كذلك أن البرامج التي يشاهدونها في التلفزيون الجزائري قد شكلت وكونت ثقافة في مجال استخدام الألوان لدى 51.65% منهن؛ كما استطاعت البرامج السابقة أن ترسّخ ما كان موجودا من ثقافة في مجال الألوان لدى 32.31% من الإناث، أما من غيرت لهن برامج التلفزيون الجزائري ثقافتهن عن الألوان بأخرى فبلغت نسبتهن 16.03%.

ونستنتج بهذا؛ أن هناك تأثيرا تمارسه برامج التلفزيون الجزائري في صياغة ثقافة الذكور والإناث؛ عن الألوان.

الجدول رقم 184: يبين العلاقة بين مدى مساعدة برامج التلفزيون الجزائري على تكوين وترسيخ ثقافة عينة البحث في مجال الألوان وبيئة النشأة.

بيئة النشأة	الريف		المدينة	
مدى مساعدة برامج التلفزيون الجزائري على تكوين وتغيير وترسيخ ثقافة الألوان	**التكرار**	**%**	**التكرار**	**%**
تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان	143	51.07	168	54.36
ترسيخ ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة	111	39.64	92	29.77
تغيير ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة بأخرى	26	09.28	49	15.85
المجموع	280	100	309	100

نتناول الآن العلاقة بين مدى مساعدة برامج التلفزيون الجزائري؛ مبحوثي الريف والمدينة في تشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ فيتضح من بيانات الجدول (184) أن

نسبة 51.07% من المبحوثين الذين هم من الريف قد تشكلت لديهم ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ أما الذين رسخت لديهم البرامج التلفزيونية السابقة ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان؛ فبلغت نسبتهم 39.64%؛ في حين بلغت نسبة من تغيرت ثقافتهم عن الألوان بأخرى 9.28%.

وبالانتقال إلى المبحوثين الذين هم من المدن؛ نلاحظ أن برامج التلفزيون الجزائري قد كونت وشكلت لديهم ثقافة في مجال استخدام الألوان بنسبة 54.36%؛ أما الذين رسخت تلك البرامج ما كان موجودا عندهم من ثقافة في مجال الألوان؛ فكانت نسبتهم 29.77%؛ وكانت نسبة من غيرت لهم برامج التلفزيون الجزائري ثقافتهم عن الألوان بأخرى 15.85%.

ونستنتج مما سبق أن للتلفزيون الجزائري دورا مهما في تكوين وترسيخ ثقافة في مجال استخدام الألوان لدى مبحوثي الريف والمدينة.

الجدول رقم 185: يبين العلاقة بين مدى مساعدة برامج التلفزيون الجزائري على تكوين، وترسيخ وتغيير ثقافة عينة البحث في مجال الألوان، والمؤسسة الجامعية.

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة	
مدى مساعدة برامج التلفزيون الجزائري على تكوين وتغيير...	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان	26	29.88	88	64.70	11	26.19	186	57.40
ترسيخ ما كان موجودا عندك	44	50.57	48	35.29	2	52.38	89	27.46

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة	
من هذه الثقافة								
تغيير ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة بأخرى	17	19.54	-	00	9	21.42	49	15.12
المجموع	87	100	136	100	42	100	324	100

نتناول الآن العلاقة بين مدى مساعدة برامج التلفزيون الجزائري مبحوثي الجامعات الأربع المدروسة في تكوين ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ فيتضح لنا من الجدول (185) أن نسبة 50.57% من طلبة جامعة سيدي بلعباس قد ترسخت ثقافتهم عن الألوان؛ أما من شكلت لديهم برامج التلفزيون الجزائري ثقافة عن الألوان واستخداماتها؛ فكانت نسبتهم 29.88% ؛ في حين بلغت نسبة الطلبة الذين غيرت البرامج السابقة ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان19.54%.

وبالانتقال إلى مبحوثي جامعة ورقلة؛ نلاحظ أن 64.70% من مبحوثيها قد شكلت برامج التلفزيون الجزائري لديهم ثقافة عن مجالات استخدام الألوان؛ كما أن 35.29% من طلبة الجامعة السابقة قد رسخت البرامج التلفزيونية لديهم؛ ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان؛ أما من غيرت لهم برامج التلفزيون الجزائري ثقافتهم عن الألوان بأخرى فلم تكن لهم نسبة تذكر.

وبالنسبة لمبحوثي جامعة جيجل نلاحظ أن برامج التلفزيون الجزائري قد رسخت لدى 52.38% منهم ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان واستخداماتها؛ أما من تكونت وتشكلت لديهم تلك الثقافة عن الألوان فكانت نسبتهم 26.19%؛ وأما من

غيرت لهم برامج التلفزيون الجزائري ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان بأخرى فكانت نسبتهم %21.42.

أما بالنسبة لمبحوثي جامعة الجزائر؛ فنلاحظ أن برامج التلفزيون الجزائري قد شكلت وكونت لديهم ثقافة في مجال استخدام الألوان بنسبة %57.40؛ في حين بلغت نسبة من ترسخت عندهم هذه الثقافة عن الألوان %27.46؛ أما من غيرت لهم تلك البرامج ثقافتهم عن الألوان بأخرى فبلغت نسبتهم %15.12؛ ونستنتج مما سبق أن للمنطقة الجغرافية دورا مهما في أخذها لثقافة الألوان واستعمالها عبر مشاهدة برامج التلفزيون الجزائري فإذا كان تكوين وتشكيل ثقافة عن الألوان قد احتل الاهتمام لدى طلبة جامعتي ورقلة والجزائر فإن ذينك التكوين والتشكيل قد احتلا الاهتمام الثاني لدى طلبة جامعتي بلعباس وجيجل.

الجدول رقم 186: يبين العلاقة بين مدى مساعدة برامج الفضائيات العربية على تكوين وترسيخ وتغيير ثقافة عينة البحث في مجال الألوان، والنوع.

النوع	الذكور		الإناث	
مدى مساعدة برامج الفضائيات العربية على تكوين وتغيير وترسيخ ثقافة الألوان	التكرار	%	التكرار	%
تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان	90	45.91	211	53.68
ترسيخ ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة	78	39.79	126	32.06
تغيير ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة بأخرى	28	14.28	56	14.24
المجموع	196	100	393	100

نتناول الآن العلاقة بين مدى مساعدة برامج الفضائيات العربية؛ كلا من الذكور والإناث في تكوين ثقافة في مجال استخدام الألوان فيتضح لنا من الجدول (186) أن

نسبة 45.91% من الذكور قد كونت وشكلت لهم برامج الفضائيات العربية ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ أما من رسخت لهم هذه البرامج ثقافتهم عن الألوان فكانت نسبتهم 39.79%؛ في حين كانت نسبة من غيرت لهم البرامج السابقة ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان 14.28%. أما الإناث فقد كونت وشكلت برامج الفضائيات لهن ثقافة عن الألوان بنسبة 53.68%، أما من رسخت تلك البرامج لديهن ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان فكانت نسبتهن 32.06% وأما من غيرت لهن البرامج العربية ما كان موجودا عندهن من ثقافة عن الألوان بأخرى فكانت نسبتهن 14.24%.

ونستنتج مما سبق أن لبرامج الفضائيات العربية تأثيرا في تكوين وتشكيل ثقافة عن الألوان لدى الذكور والإناث.

الجدول رقم 187: يبين العلاقة بين مدى مساعدة برامج الفضائيات العربية على تكوين وترسيخ وتغيير ثقافة عينة البحث في مجال الألوان، وبيئة النشأة.

بيئة النشأة	الريف		المدينة	
مدى مساعدة برامج الفضائيات العربية على تكوين وتغيير وترسيخ ثقافة الألوان	التكرار	%	التكرار	%
تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان	151	53.92	150	48.54
ترسيخ ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة	85	30.35	119	38.51
تغيير ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة بأخرى	44	15.71	40	12.94
المجموع	280	100	309	100

بدراسة العلاقة بين مدى مساعدة برامج الفضائيات العربية كلا؛ من مبحوثي الريف ومبحوثي المدينة في تكوين ثقافة في مجال استخدام الألوان يتبين لنا من بيانات

الجدول (187) أن نسبة 53.92% من المبحوثين الشباب الذين هم من الريف قد ساعدتهم برامج الفضائيات العربية في تشكيل وتكوين ثقافة في مجال استخدام الألوان، كما يتبين أن نسبة 30.35% من هؤلاء المبحوثين قد رسخت لهم تلك البرامج ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان أما من تغيرت ثقافتهم عن الألوان بأخرى فنسبتهم 15.71%.

وبالانتقال إلى المبحوثين الذين هم من المدن نلاحظ أن نسبة 48.54%؛ منهم قد أجابوا بأن برامج الفضائيات العربية قد ساعدتهم على تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان، كما أجاب 38.51%؛ من هؤلاء المبحوثين؛ أن البرامج التلفزيونية قد رسخت ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان، وأجاب 12.94% من هؤلاء المبحوثين أن برامج الفضائيات السابقة قد غيرت ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان بأخرى.

نستنتج مما سبق أن لبرامج الفضائيات العربية دورا مهما في تكوين وترسيخ ثقافة عن الألوان لدى كل من مبحوثي الريف ومبحوثي المدينة.

الجدول رقم 188: يبين العلاقة بين مدى مساعدة برامج الفضائيات الغربية على تكوين وترسيخ وتغيير ثقافة عينة البحث في مجال الألوان، والمؤسسة الجامعية.

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة	
مدى مساعدة الفضائيات الغربية على تكوين وترسيخ وتغيير	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام الألوان	50	57 47	75	55 14	24	57 14	138	42.59

ترسيخ ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة	25	28.73	18	13.23	18	42.85	80	24.69
تغيير ما كان موجودا عندك من هذه الثقافة بأخرى	12	13.79	43	31.61	-	00	106	32.71
المجموع	87	100	136	100	42	100	324	100

وبدراسة العلاقة بين مدى مساعدة برامج الفضائيات الغربية مبحوثي الجامعات الأربع المدروسة في تكوين ثقافة في مجال استخدام الألوان يتضح من بيانات الجدول (188)؛ أن نسبة57.47%؛ من مبحوثي جامعة سيدي بلعباس قد شكلت وكونت لديهم برامج الفضائيات الغربية ثقافة في مجال استخدام الألوان؛ أما من رسخت لهم تلك البرامج ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان فبلغت نسبتهم 28.73%؛ وأما من غيرت لهم برامج الفضائيات ثقافتهم عن الألوان بأخرى فبلغت نسبتهم 13.79%.

وبالانتقال إلى مبحوثي جامعة ورقلة نلاحظ أن 55.14%؛ منهم قد أجابوا بأن برامج الفضائيات الغربية قد كوّنت وشكّلت لديهم ثقافة في مجال استخدام الألوان، كما أن 31.61%؛ من هؤلاء المبحوثين قد أجابوا بأن تلك البرامج قد غيرت ما كان عندهم من ثقافة عن الألوان بأخرى؛ أما من رسخت لديهم البرامج السابقة؛ ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان فبلغت نسبتهم 13.23%.

أما بالنسبة لجامعة جيجل فقد بلغت نسبة الذين شكلت لهم برامج الفضائيات الغربية ثقافة في مجال استخدام الالوان 57.14%؛ كما بلغت نسبة الذين رسخت لهم هذه البرامج ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان 42.85%؛ أما فيما يخص تغير ثقافة الألوان بأخرى فكانت معدمة. وبلغت نسبة طلبة جامعة الجزائر الذين كونت ورسخت لهم البرامج الفضائيات الغربية ثقافة في مجال استخدام الألوان 42.59%؛

وبلغت نسبة الذين غيرت لهم هذه البرامج ما كان موجودا عندهم من ثقافة عن الألوان بأخرى 32.71%؛ كما بلغت نسبة من ترسخت لديهم ثقافتهم عن الألوان 14.69%.

ونستنتج مما سبق أن لمتغير البيئة الجغرافية أثرا في عملية تكوين وتشكيل برامج الفضائيات لدى مبحوثي الجامعات الأربع؛ ثقافة عن الألوان.

ـ الألوان من خلال التلفزيون؛ والسلوك الجمالي لعينة البحث:

إذا كانت البرامج التلفزيونية قد ساعدت الشباب الجامعي المدروس في تكوين وتشكيل ثقافة في مجال استخدام هذه الألوان في الحياة اليومية يعد سلوكا جماليا؛ خاصة إن تم هذا الاستخدام بممارسة عملية تقليد ما يشاهده هؤلاء الشباب في اتلفزيون؛ وبالتالي يكون السلوك الجمالي هنا نابعا من القيمة الجمالية التي حملها أولئك الشباب؛ وبناء على ذلك هل يمكن أن يتحول ما هو موجود في التلفزيون من ألوان؛ إلى الحياة اليومية للشباب الجامعي المدروس؟

وسنحاول الإجابة عن هذا السؤال من خلال بيانات الجداول الآتية.

الجدول رقم 189: يبين العلاقة بين استخدام عينة الدراسة للألوان في الحياة اليومية، والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
استخدام الألوان في الحياة اليومية	التكرار	%	التكرار	%	
مراعاة الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة	57	29.08	141	35.87	198
استخدام الألوان كما في	113	57.65	127	32.31	240

التلفزيون تماشيا مع الموضة					
استخدام الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون	21	10.71	89	22.64	110
أخرى	05	02.55	36	09.16	41
المجموع	196	100	393	100	589

يتبين من الجدول (189) أن نسبة57.65% من الذكور يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة؛ كما أن 29.08% من هؤلاء الذكور يراعون الألوان كما هي في التلفزيون أثناء شراء الألبسة؛ أما الذين يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون فنستهم 10.71% كما تبين أن نسبة 87 35% من الإناث يراعون الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة؛ وبلغت نسبة اللاتي يستخدمن الألوان كما في التنفزيون تماشيا مع الموضة 32.31%؛ كما بلغت نسبة اللاتي يستخدمن الألوان في المنزل كما في التلفزيون 22.64%.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين استخدام الذكور والإناث للألوان في الحياة اليومية؛ نلاحظ أن كا^2 قد بلغت 40.54 وهي قيمة دالة عند درجة حرية 3 مستوى دلالة 0.001.

ومنه فالإناث هن الأكثر استعمالا للألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة من الذكور، كما أنهن الأكثر استخداما للألوان في المنزل كما هي في التلفزيون؛ أما الذكور فهم الأكثر استعمالا للألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة أكثر من الإناث.

الجدول رقم 190: يبين العلاقة بين استخدام عينة الدراسة للألوان في الحياة اليومية، وبيئة النشأة.

بيئة النشأة	الريف		المدينة		المجموع
استخدام الألوان في الحياة اليومية	التكرار	%	التكرار	%	
مراعاة الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة	137	48.92	61	19.74	198
استخدام الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة	97	34.64	143	46.27	240
استخدام الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون	28	10	82	26.53	110
أخرى	18	06.42	23	07.44	41
المجموع	280	100	309	100	589

كما يتبين من الجدول (190) أن 48.92% من المبحوثين الذين هم من الريف يراعون الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة؛ كما أن نسبة 34.64% يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة؛ في حين يستخدم 10% من مبحوثي الريف الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون.

وبالانتقال إلى المبحوثين الذين هم من المدن؛ نلاحظ أن 46.27% يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة؛ كما نلاحظ أن 26.53% يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون؛ أما الذين يراعون الألوان كما هي في التلفزيون أثناء شراء الألبسة؛ فنسبتهم 19.74%.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين استخدام مبحوثي الريف ومبحوثي المدينة للألوان في الحياة اليومية؛ نلاحظ أن كا^2 قد بلغت 63.81% ؛ وهي قيمة دالة عند درجة حرية 3 مستوى دلالة 0.001.

ومنه فالمبحوثون الذين هم من الريف يراعون أكثر الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة من مبحوثي المدينة، إلا أن هؤلاء المبحوثين الذين هم من المدينة؛ أكثر استخداما للألوان كما هي في التلفزيون تماشي مع الموضة؛ وأكثر استخداما للألوان في المنزل كما هي في التلفزيون من أولائك المبحوثين الذين هم من الريف. وهذه النتيجة تكشف عن دلالة اجتماعية للموضة من خلال التلفزيون؛ حيث تبدأ في الانتشار انطلاقا من المدن.

الجدول رقم 191: يبين العلاقة بين استخدام الألوان في الحياة اليومية، والمؤسسة الجامعية.

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة	
استخدام الألوان في الحياة اليومية	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
مراعاة الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة	21	24.13	58	42.64	8	19.04	111	34.25
استخدام الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموصة	29	33.33	46	33.82	19	45.23	146	45.06

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة	
استخدام الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون	33	37.93	30	22.05	15	35.71	32	09.87
أخرى	04	04.59	02	01.47	-	00	35	10.80
المجموع	87	100	136	100	42	100	324	100

بالنسبة للعلاقة بين استخدام الألوان في الحياة اليومية؛ والمؤسسة الجامعية للجامعات المدروسة؛ يتبين من الجدول (191) أن 37.93% من مبحوثي جامعة سيدي بلعباس يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون؛ وأن 33.33%يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة؛ كما بلغت نسبة الذين يراعون الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الالبسة24.13%.

أما بالنسبة لطلبة جامعة ورقلة؛ فقد أجاب 42.64% منهم أنهم يراعون الالوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة؛ وأجاب 33.82% أنهم يستخدمون الالوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة؛ كما أجاب 22.05% من هؤلاء الطلبة أنهم يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون.

وأما بالنسبة لطلبة جامعة جيجل فقد أجاب 45.23% أنهم يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة؛ وأجاب 35.71% أنهم يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون؛ أما الذين يراعون الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة فكانت نسبتهم 19.04%.

وفيما يخص مبحوثي جامعة الجزائر نلاحظ أن 45.06% يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة؛ وأن 34.25% يراعون الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة؛ أما الاستعمالات الأخرى للألوان في الحياة اليومية فبلغت نسبة الطلبة

الذين أخذوا بها 10.80% وأما من يستخدمون الألوان في المنزل كما في التلفزيون فنسبتهم 9.87%.

الجدول رقم 192: يبين العلاقة بين استخدام الألوان في الحياة اليومية، ومدى مشاهدة برامج التلفزيون الجزائري.

مدى مشاهدة برامج التلفزيون الجزائري	دائما		أحيانا		نادرا	
استخدام الألوان في الحياة اليومية	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
مراعاة الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة	37	72.54	161	35.61	-	00
استخدام الألوان كما في التلفريون تماشيا مع الموضة	05	09 80	190	42.03	45	52 32
استخدام الألواں في المنزل كما هي في التلفريون	09	17.64	64	14.15	37	43 02
أخرى	-	00	37	08.18	04	04 65
المجموع	51	100	452	100	86	100

بدراسة العلاقة بين استخدام الشباب المبحوث؛ الألوان في الحياة اليومية؛ ومدى مشاهدة برامج التلفزيون؛ يتضح من الجدول (192) أن 72.54 %من الذين يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري دائما يراعون الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة؛ وأن 17.64% منهم يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون؛ في حين بلغت نسبة من يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة 9.80%.

أما بالنسبة لمن يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري أحيانا فبلغت نسبة من يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة 42.03% ؛ وبلغت نسبة من يراعون الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة 35.61 %؛ في حين بلغت نسبة من يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون14.15%.

واحتلت الاستخدامات الأخرى للألوان المرتبة الأخيرة بنسبة 8.18%.

وأما بالنسبة لمن يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري نادرا فقد بلغت نسبة من يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة52.32% ؛ كما بلغت نسبة من يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون 43.02% ؛ وبلغت نسبة من يستخدمون الألوان بطرائق أخرى 4.65؛ أما هؤلاء الذين يشاهدون البرامج السابقة نادرا فلا يراعون لألوان كما في التلفريون أثناء شراء الألسة مطلقا.

الجدول رقم 193: يبين العلاقة بين استخدام الألوان في الحياة اليومية، ومدى مشاهدة برامج الفضائيات.

مدى مشاهدة برامج الفضائيات	دائما		أحيانا		نادرا	
استخدام الألوان في الحياة اليومية	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
مراعاة الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة	114	40.14	70	27.34	14	28.57
استخدام الألوان كما في التلفريون تماشيا مع الموضة	93	32.74	125	48.82	22	44.89
استخدام الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون	57	20.07	44	17.18	09	18.36

مدى مشاهدة برامج الفضائيات	دائما		أحيانا		نادرا	
أخرى	20	07.04	17	06.64	04	08.16
المجموع	284	100	256	100	49	100

وبدراسة العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي المبحوث الألوان في الحياة اليومية؛ ومدى مشاهدة برامج الفضائيات؛ يتضح من الجدول (193) أن نسبة 40.14% من الذين يشاهدون هذه البرامج دائما؛ يراعون الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة؛ وأن 32.74% يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة؛ أما من يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون فبلغت نسبتهم 20.07%.

وبالنسبة لمن يشاهدون برامج الفضائيات أحيانا نجد أن نسبة 48.82% منهم يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة؛ كما نجد أن من يراعون الألوان كما هي في التلفزيون أثناء شراء الألبسة قد بلغت نسبتهم 27.34%.

أما من يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون فقد بلغت نسبتهم 17.18%.

وفيما يخص من يشاهدون برامج الفضائيات نادرا؛ نجد أن من يستخدمون الألوان كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة قد بلغت نسبتهم 44.89%؛ كما نجد من يراعون الألوان كما في التلفزيون أثناء شراء الألبسة قد بلغت نسبتهم 28.57%؛ أما من يستخدمون الألوان في المنزل كما هي في التلفزيون فقد بلغت نسبتهم 18.36%.

ويمكن الاستنتاج مما سبق ذكره عن الألوان؛ أن جمالية الألوان من خلال التلفزيون نجد منافذها إلى الشباب الجامعي المدروس؛ إذ تنتقل جمالية الألوان؛ وجمالية الألبسة؛ التي هي في التلفزيون إلى هؤلاء الشباب عبر سلوك الشراء.

إذا كان ظهور الموضة داخل المجتمع؛ مرتبطا بعدة قنوات؛ فإن قناة التلفزيون تعد مهمة جدا في سرعة انتشار هذه الموضة؛ مما يؤدي بهذا الشباب المبحوث إلى التركيز على الألوان كجوانب شكلية في حياته اليومية؛ وإذا أخذنا بالاعتبار عدم ثبات الموضة على حال؛ فإن سلوك استعمال الألوان خدمة للموضة سيتعرض لعدم الثبات.

كما نلاحظ أن لون المكان التلفزيوني يشكل أثرا على لون المكان الطبيعي الذي هو البيت؛ ويمكن التأكيد هنا على وجود تداخل نسبي بين جمالية المكان التلفزيوني؛ وجمالية المكان الطبيعي.

ولبحث ذلك ارتأينا تناول مدى جمال مناظر الطبيعة من خلال التلفزيون؛ وجمالها كما هي في الطبيعة.

ـ الصفة الجمالية للمنظر الطبيعي من خلال تواجده في الطبيعة وعرضه في التلفزيون:

يعتبر الذوق الجمالي من بين الملكات التي يوظفها الإنسان للحكم على الجميل؛ ولذلك سنحاول في هذه الفقرة معرفة ذوق الشباب الجامعي؛ من حيث اقترابه من الطبيعة، أو ابتعاده عنها. ومدى قدرة جمالية الصورة التلفزيونية بأن تحتوي المنظر الطبيعي.

الجدول رقم 194: يبين العلاقة بين رأي عينة البحث في الصفة الجمالية الأكثر لمناظر الطبيعة خلال عرضها في التلفزيون أو خلال تواجدها في الطبيعة، والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
مدى جمالية المناظر الطبيعية من خلال البرامج التلفزيونية مقارنة بوجودها في الطبيعة	التكرار	%	التكرار	%	
نعم	52	26.54	105	26.72	157
لا	144	73.46	288	73.28	432
المجموع	196	100	393	100	589

بدراسة العلاقة بين الصفة الجمالية لمناظر الطبيعة خلال عرضها في التلفزيون؛ وصفتها الجمالية كما هي في الطبيعة؛ ومتغير الجنس؛ يتضح من بيانات الجدول (194) أن كلا من الذكور والإناث يتفقون على أن جمال المناظر الطبيعية من خلال مشاهدتها في التلفزيون لا يرقى إلى جمال هذه المناظر في حالتها الطبيعية والخام؛ إذا تشكلت هناك نزعة مركزية بلغت لدى الذكور 73.46%؛ وبلغت لدى الإناث 73.28%.

وبالنظر في قيمة كا^2 نرى أنها قد بلغت 0.0012 وهي غير دالة عند درجة حرية1.

ومنه يمكن القول: إن الذوق الجمالي لدى كل من الذكور والإناث يتجه نحو الذوق الطبيعي فيما يخص المناظر الطبيعية.

الجدول رقم 195: يبين العلاقة بين رأي عينة البحث في الصفة الجمالية الأكثر لمناظر الطبيعة خلال عرضها في التلفزيون أو خلال تواجدها في الطبيعة، وبيئة النشأة.

بيئة النشأة	الريف		المدينة		المجموع
مدى جمالية المناظر الطبيعية من خلال البرامج التلفزيونية مقارنة بوجودها في الطبيعة	التكرار	%	التكرار	%	
نعم	80	28.58	77	24.92	157
لا	200	71.42	232	75.08	432
المجموع	280	100	309	100	589

وبدراسة العلاقة بين الصفة الجمالية لمناظر الطبيعة خلال عرضها في التلفزيون؛ وصفتها الجمالية كما هي في الطبيعة؛ ومتغير بيئة النشأة يتضح من بيانات الجدول (195) أن مبحوثي الريف؛ ومبحوثي المدينة يتفقون على أن جمال الطبيعة على حالتها الخام؛ أرقى وأجمل من المناظر الطبيعية حين تعرض في التلفزيون؛ حيث تشكلت نزعة مركزية لدى مبحوثي الريف بلغت نسبة 71.42% ؛ كما بلغت نسبة 75.08% لدى مبحوثي المدينة.

وبالنظر في قيمة كا2 نرى انها قد بلغت 0.97 وهي قيمة غير دالة عند درجة حرية1.

ومنه نقول: إن الذوق الجمالي لدى كل من مبحوثي الريف ومبحوثي المدينة يتجه نحو الذوق الطبيعي فيما يخص المناظر الطبيعية.

الجدول رقم 196: يبين العلاقة بين رأي عينة البحث في الصفة الجمالية لمناظر الطبيعة خلال عرضها في التلفزيون مقارنة بما هي عليه في الطبيعة، والمؤسسة الجامعية.

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة		المجموع
مدى جمالية المناظر الطبيعية من خلال البرامج التلفزيونية مقارنة بوجودها في الطبيعة	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
نعم	15	17.24	20	14.70	07	16.66	115	35.49	157
لا	72	82.75	116	85.29	35	83.33	209	64.50	432
المجموع	87	100	136	100	42	100	324	100	589

ننتقل إلى دراسة العلاقة بين الصفة الجمالية لمناظر الطبيعة خلال عرضها في التلفزيون؛ وصفتها الجمالية كما هي في الطبيعة؛ ومتغير المؤسسة الجامعية؛ فيتبين من الجدول (196) أن مبحوثي الجامعات الأربع يتفقون على أن جمال الطبيعة ارقى وأجمل من المناظر الطبيعية حين تعرض في التلفزيون؛ حيث تشكلت نزعة مركزية لدى مبحوثي الجامعات؛ بلغت 82.75%؛ لدى طلبة جامعة سيدي بلعباس؛ وبغت 85.29%؛ لدى طلبة جامعة ورقلة؛ و83.33%؛ لدى طلبة جامعة جيجل؛ كما بلغت 64.50% لدى طلبة جامعة الجزائر.

لكن رغم الإتفاق بين مبحوثي الجامعات الأربع المدروسة على أن الجمال الطبيعة أرقي وأجمس من المناظر الطبيعية من خلال التلفزيون؛ فإن كا^2 تشير إلى أن الفروق الموجودة دالة إحصائيا عند درجة حرية 3 مستوى دلالة 0.001.

ويبقى الذوق الجمالي لدى الطلبة في كل الجامعات المدروسة متجها نحو الذوق الطبيعي فيما يخص المناظر الطبيعية.

ـ تشكيل البرامج التلفزيونية للجماليات لدى عينة البحث:

لقد عملت البرامج التلفزيونية على تشكيل مجموع القيم الجمالية التي حددناها في دراستنا؛ كما عملت هذه البرامج على تشكيل الألوان وثقافة استخدام هذه الألوان لدى الشباب الجامعي المدروس وعملت أيضا على توجيه السلوك الجمالي لهؤلاء المبحوثين وسنحاول الآن معرفة دور البرامج التلفزيونية في تشكيلها للجماليات لدى عينة الدراسة؛ وتجدر الإشارة هنا أننا ركزنا في صياغة مقترحات هذه الجماليات على ما يسمى في الدراسات الجمالية بالجماليات الشكلية دون التركيز على ما أسميناه الجماليات الروحية؛ ذاك أن محاولة صياغة هذا النوع من الجماليات تعد عملية صعبة ومعقدة؛ كونها ترتبط بالرؤية الدينية للجمال؛ مع التذكير أن بعض ملامح هذه الجماليات الروحية ستبرز في الأسئلة الخاصة بالعناصر التي تزيد من جمالية الممثلين والشخصيات التلفزيونية التي جذبت المبحوثين بفعل وفضل جمالها.

الجدول رقم 197: يبين الجماليات التي عملت البرامج التلفزيونية على تشكيلها لدى عينة مجتمع البحث.

برامج القنوات التلفزيونية	التلفزيون الجزائري		القنوات الفضائية العربية		القنوات الفضائية الغربية		المجموع
الجماليات التي شكلتها البرامج التلفزيونية لدى عينة البحث	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
طريقة التزيين	274	28.13	254	18.23	238	19.17	766
طريقة اللباس	203	20.84	291	20.89	187	15.06	681
طريقة ترتيب أثاث المنزل	154	15.81	335	24.04	279	22.48	768
تقليد الموضة	143	14.68	143	10.26	171	13.77	457

برامج القنوات التلفزيونية	التلفزيون الجزائري		القنوات الفضائية العربية		القنوات الفضائية الغربية		المجموع
الجماليات التي شكلتها البرامج التلفزيونية لدى عينة البحث	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
مزاوجة الألوان وتنسيقها	126	12.93	254	18.23	279	22.48	659
طريقة قص الشعر	74	07.59	116	08.32	87	07.01	277
أخرى	-	00	-	00	-	00	-
المجموع	974	100	1393	100	1241	100	3608

بالتأمل في بيانات الجدول (197) نرى أن الجماليات التي شكلتها القنوات التلفزيونية هي الجماليات المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل أولا؛ ثم الجماليات المتعلقة بطرق التزيين؛ ثم تأتي بعدهما الجماليات التي تهتم بكيفية اللباس ثالثا والجماليات التي تهتم بتنسيق الألوان والمزاوجة بينها رابعا؛ ثم الجماليات المتعلقة بتقليد الموضة خامسا وسادسا الجماليات الخاصة بطرق قص الشعر وحلاقته.

وبالنظر في دور كل قناة تلفزيونية في تشكيلها الجماليات لدى عينة الدراسة؛ نرى أن لتلفزيون الجزائري قد شكل الجماليات التي تهتم بطرق التزيين؛ لدى المبحوثين بنسبة 28.13%؛ ثم تأتي بعد ذلك الجماليات المهتمة بكيفيات اللباس بنسبة 20.84%؛ ثم تأتي الجماليات المتعلقة بترتيب أثاث المنزل، والجماليات المتعلقة بتقليد الموضة، ثم تتبعهما الجماليات الخاصة باستخدام الألوان وتنسيقها ومجانستها، ثم تأتي الجماليات المتعلقة بكيفيات قص الشعر وحلاقته في المرتبة الأخيرة.

وبالنسبة للقنوات الفضائية العربية نلاحظ أن الجماليات المهتمة بطرق ترتيب أثاث المنزل قد بلغت نسبتها 24.04%؛ وبلغت نسبة الجماليات المتعلقة بطرق اللباس

20.89%؛ ولقد سوت الفضائيات العربية بين تشكيل الجماليات الخاصة بالتزيين والجمالية الخاصة بمزاوجة الألوان وتنسيقها لدى الشباب الجامعي المبحوث بنسبة 18.23% لكل منهما؛ ثم تأتي بعد ذلك الجماليات الخاصة بتقليد الموضة، ثم تأتي بعد ذلك الجماليات الخاصة بطرق قص الشعر وحلاقته.

أما بالنسبة لدور القنوات الغربية في تشكيل الجماليات لدى الشباب الجامعي المبحوث يتضح أن الجماليات المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل، والجماليات المتعلقة بطرق استخدام ومزاوجة الألوان؛ قد أخذت المرتبة الأولى بنسبتين متساويتين بلغتا 22.48%، ثم تأتي الجماليات المتعلقة بطرق التزيين بنسبة 19.17% ثم تليها الجماليات الخاصة بطرق اللباس بنسبة 15.06%، وفيما يخص الجماليات المتعلقة بتقليد الموضة؛ يتضح أنها قد حققت نسبة 13.77% ؛ أما فيما يخص الجماليات المتعلقة بطرق قص الشعر فقد حققت نسبة 07.01%.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تشكيل القنوات التلفزيونية الجماليات لدى الشباب الجامعي المبحوث؛ نرى أن قيمة كا^2 بلغت 103.58دالة عند درجة حرية 10مستوى 0.001.

ومنه نقول: يشكل التلفزيون الجزائري الجماليات الخاصة بطرق التزيين أكثر من تشكيل القنوات الأخرى لتلك الجماليات لدى الشباب المبحوث؛ وتشكل القنوات الفضائية العربية الجماليات الخاصة بطرق اللباس والجماليات الخاصة بطرق ترتيب أثاث المنزل؛ أكثر من تشكيل القنوات الأخرى لتلك الجماليات لدى المبحوثين.

الجدول رقم 198: يبين العلاقة بين الجماليات التي عملت برامج التلفزيون الجزائري على تشكيلها لدى عينة البحث، والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
الجماليات التي شكلتها البرامج التلفزيونية لدى عينة البحث	التكرار	%	التكرار	%	
طريقة التزيين	66	19.76	208	34.49	274
طريقة اللباس	78	23.35	125	20.72	203
طريقة ترتيب أثاث المنزل	35	10.47	112	19.73	154
تقليد الموضة	45	13.47	98	16.25	143
مزاوجة الألوان وتنسيقها	68	20.35	58	03.48	126
طريقة قص الشعر	42	12.57	32	05.30	74
أخرى	-	-	-	00	00
المجموع	334	100	640	100	974

بدراسة العلاقة بين الجماليات التي تشكلها برامج التلفزيون لدى كل من الذكور والإناث؛ يتضح من بيانات الجدول (198) أن الجماليات التي تهتم بكيفيات اللباس لدى الذكور قد بلغت نسبة 23.35%؛ كما بغت الجماليات التي تهتم بمزاوجة الألوان وتنسيقها نسبة 20.35% تليها جماليات طرق التزيين بنسبة 19.76%؛ ثم تأتي جماليات تقليد الموضة بنسبة 13.47%؛ تليها الجماليات المهتمة بقص الشعر؛ ثم في الأخير جماليات ترتيب أثاث المنزل.

وبالانتقال إلى دور برامج التلفزيون الجزائري في تشكيل الجماليات لدى الإناث؛ نلاحظ أن هذه الجماليات التي تهتم بطرق التزيين قد بلغت نسبتها 34.49% ؛ وبلغت نسبة الجماليات التي تهتم بطرق اللباس 20.72% ؛ كما بلغت الجماليات التي تهتم

بترتيب أثاث المنزل نسبة 19.73%؛ في حين بلغت جماليات تقليد الموضة نسبة 16.25%؛ أما الجماليات الأخرى المتبقية فلم تستأثر باهتمام الإناث.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تشكيل برامج التلفزيون الجزائري؛ الجماليات لدى كل من الذكور والإناث.

نلاحظ أن كا^2 قد بلغت 62.03 وهي قيمة دالة إحصائيا عند درجة حرية 5 مستوى دلالة 0.001.

ومنه نقول: يشكل التلفزيون الجزائري الجماليات الخاصة بالتزيين؛ وجماليات اللباس، وطرق ترتيب أثاث المنزل؛ وتقليد الموضة لدى الإناث أكثر من تشكيلها لدى الذكور. في حين نجد أن هذه البرامج قد شكلت لدى هؤلاء الذكور الجماليات الخاصة؛ بمزاوجة الألوان وتنسيقها؛ والجماليات الخاصة بطرق قص الشعر وحلاقته؛ أكثر من تشكيلها لدى الإناث.

الجدول رقم 199: يبين العلاقة بين الجماليات التي عملت برامج التلفزيون الجزائري على تشكيلها لدى عينة البحث، وبيئة النشأة.

بيئة النشأة	الريف		المدينة		المجموع
الجماليات التي شكلتها البرامج التلفزيونية لدى عينة البحث	التكرار	%	التكرار	%	
طريقة التزيين	137	28 08	137	28 18	274
طريقة اللباس	122	25	81	16.66	203
طريقة ترتيب أثاث المنزل	87	17.82	67	13 78	154
تقليد الموضة	62	12 70	81	16.66	143
مزاوجة الألوان وتنسيقها	54	11.06	72	14.82	126

بيئة النشأة	الريف		المدينة		المجموع
الجماليات التي شكلتها البرامج التلفزيونية لدى عينة البحث	التكرار	%	التكرار	%	
طريقة قص الشعر	26	05.32	48	09.88	74
أخرى	-	00	-	00	00
المجموع	488	100	486	100	974

بالانتقال إلى دراسة العلاقة بين الجماليات التي تشكلها برامج التلفزيون الجزائري؛ لدى المبحوثين الذين هم من الريف والمبحوثين الذين هم من المدينة؛ يتضح من الجدول (199) أن الجماليات المهتمة بطرق التزيين لدى مبحوثي الريف قد بلغت 28.08%؛ كما بلغت الجماليات المهتمة بطرق اللباس 25% ؛ تليها الجماليات المهتمة بطريق ترتيب أثاث المنزل بنسبة 17.82% ؛ ثم تأتي بعد ذلك الجماليات المتعلقة بالموضة بنسبة 12.70% ؛ تتبعها الجماليات المتعلقة بمزاوجة الألوان وتنسيقها؛ أما جماليات قص الشعر فكانت نسبتها ضعيفة.

وبالانتقال إلى دور برامج التلفزيون الجزائري في تشكيل الجماليات لدى مبحوثي المدينة؛ نلاحظ أن الجماليات المهتمة بطرق التزيين قد بلغت نسبتها 28.18% ؛ وتساوت نسبتا الجماليات المتعلقة بطرق اللباس والجماليات المتعلقة بتقليد الموضة. ولقد بلغت نسبة الجماليات المتعلقة بمزاوجة الألوان وتنسيقها 14.82%؛ كما بلغت الجماليات المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل نسبة 13.78% ؛ أما الجماليات المتعلقة بطرق قص الشعر فكانت نسبتها ضعيفة.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تشكيل برامج التلفزيون الجزائري؛ الجماليات لدى كل من مبحوثي الريف ومبحوثي المدينة نلاحظ أن كا^2 قد بلغت 22.46 عند درجة حرية 5 مستوى دلالة 0.001.

ومنه نقول: يشكل التلفزيون الجزائري الجماليات المتعلقة باللباس؛ وطريقة ترتيب أثاث المنزل لدى المبحوثين الذين هم من الريف؛ أكثر من تشكيلها لدى الذين هم من المدينة.

في حين نجد أن هذه البرامج قد شكلت لدى هؤلاء المبحوثين الذين هم من المدينة؛ الجماليات الخاصة بتقليد الموضة ومزاوجة الألوان وتنسيقها وطرق قص الشعر أكثر من تشكيلها لدى أولئك المبحوثين الذين هم من الريف.

الجدول رقم 200: يبين العلاقة بين الجماليات التي عملت برامج التلفزيون الجزائري على تشكيلها لدى عينة البحث، والمؤسسة الجامعية.

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة		المجموع
الجماليات التي شكلتها البرامج التلفزيونية لدى عينة البحث	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
طريقة التزيين	40	24.53	54	21 78	29	29.59	151	32.48	274
طريقة اللباس	26	15.96	71	28.62	15	15.32	91	19.56	203
طريقة ترتيب أثاث المنزل	37	22.69	47	18.96	12	12.24	58	12.48	154
تقليد الموضة	23	14.11	13	05.24	22	22.24	85	18.28	143
مراوجة الألوان وتنسيقها	26	15.96	37	14.91	16	16.32	47	10.10	126
طريقه قص الشعر	11	06.74	26	10.48	04	04.08	33	07.09	74
أخرى	-	00	-	00	-	00	-	00	00
المجموع	163	100	248	100	98	100	465	100	974

وبالانتقال إلى دراسة العلاقة بين الجماليات التي شكلها التلفزيون لجزائري لدى مبحوثي الجامعات الأربع؛ يتضح من الجدول (200) أن الجماليات المتعلقة بطرق التزيين؛ وطرق ترتيب الأثاث؛ وكيفيات اللباس؛ ومزاوجة الألوان وتنسيقها: قد احتلت المراتب الثلاثة الأولى لدى طلبة جامعة سيدي بلعباس؛ كما أن الجماليات الخاصة بطرق اللباس وطرق التزيين؛ وطرق ترتيب أثاث المنزل قد احتلت المراتب الثلاث الأولى لدى طلبة جامعة ورقة؛ كما نجد الجماليات المتعلقة بطرق التزيين؛ وتقليد الموضة؛ ومزاوجة الألوان قد احتلت المراتب الثلاث الأولى لدى طلبة جامعة جيجل.

كما احتلت الجماليات المتعلقة بطرق التزيين؛ وكيفيات اللباس وتقليد الموضة؛ المراتب الثلاث الأولى لدى طلبة جامعة الجزائر.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تشكيل برامج التلفزيون الجزائري؛ الجماليات لدى مبحوثي الجامعات الأربع المدروسة نرى أن كا^2 قد بلغت 61.71 وهي قيمة دالة عند درجة حرية 15 مستوى دلالة 0.001.

الجدول رقم 201: يبين العلاقة بين الجماليات التي عملت برامج الفضائيات العربية على تشكيلها لدى عينة البحث، والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
الجماليات التي شكلتها الفضائيات العربية	التكرار	%	التكرار	%	
طريقة التربين	61	15.96	193	18.90	254
طريقة اللباس	89	23.29	202	19.78	291
طريقة ترتيب أثاث المنزل	109	28.55	236	23.11	345
تقيد الموضة	20	05.23	123	12.04	143
مزاوجة الألوان وتنسيقها	84	21.98	170	16.66	254

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	التكرار	%	التكرار	الجماليات التي شكلتها الفضائيات العربية
116	09.50	97	04.98	19	طريقة قص الشعر
00	00	00	00	-	أخرى
1403	100	1021	100	382	المجموع

يتبين من الجدول (201) أن الجماليات التي شكلتها برامج الفضائيات العربية لدى كل من الذكور والإناث؛ قد كانت متباينة؛ فبالنسبة للذكور تشكلت لديهم الجماليات التي تهتم بطرق ترتيب أثاث المنزل بنسبة 28.55%؛ والجماليات التي تهتم بكيفيات اللباس بنسبة 23.29% ؛ ثم تأتي الجماليات التي تهتم بمزاوجة الألوان وتنسيقها بنسبة 21.98%؛ تليها الجماليات التي تهتم بطرق التزيين بنسبة 15.96%؛ أما جماليات تقليد الموضة وقص الشعر فكانت نستهما ضعيفتين.

وبالانتقال إلى دور برامج الفضائيات العربية في تشكيل الجماليات لدى الإناث؛ نلاحظ أن الجماليات التي تهتم بطرق ترتيب أثاث المنزل قد بلغت نسبتها 23.11%؛ وبلغت الجماليات التي تهتم بكيفيات اللباس نسبة 19.78%؛ تليها الجماليات التي تهتم بطرق التزيين بنسبة 18.90%؛ ثم تأتي الجماليات المتعلقة بمزاوجة الألوان وتنسيقها بنسبة 16.66% ؛ ثم تليها جماليات تقليد الموضة بنسبة 12.04%؛ ثم الجماليات المتعلقة بطرق قص الشعر بنسبة9.5%.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تشكيل برامج الفضائيات العربية؛ لجماليات لدى كل من الذكور والإناث.

نلاحظ أن كا^2 قد بلغت 30.16 وهي قيمة دالة إحصائيا عند درجة حرية 5 مستوى دلالة 0.001.

ومنه نقول: تشكل برامج الفضائيات العربية الجماليات الخاصة بـالتزيين، وتقليـد الموضـة، وقـص الشعر لدى الإناث أكثر من تشكيلها لدى الذكور، في حين شكلت هذه البرامج الجماليات الخاصة باللبـاس، وترتيب أثاث المنزل ومزاوجة الألوان لدى الذكور أكثر من الإناث.

الجدول رقم 202: يبين العلاقة بين الجماليات التي عملت برامج الفضائيات العربية على تـشكيلها لدى عينة البحث، وبيئة النشأة.

بيئة النشأة	الريف		المدينة		المجموع
الجماليات التي شكلتها الفضائيات العربية	**التكرار**	**%**	**التكرار**	**%**	
طريقة التزيين	119	15 66	135	21 02	254
طريقة اللباس	197	25 88	94	14 64	291
طريقة ترتيب أثاث المنزل	192	25.22	153	23.84	345
تقليد الموضة	64	08.40	79	12 30	143
مزاوجة الألوان وتنسيقها	104	13 66	150	23 36	254
طريقة قص الشعر	85	11.16	31	04 82	116
أخرى	-	00	-	00	00
المجموع	761	100	642	100	1403

وبالانتقال إلى دراسة العلاقة بين الجماليات التي شـكلتها بـرامج الفـضائيات العربيـة لدى المبحوثين الذين هم من الريف؛ والمبحوثين الذين هم من المدينة؛ يتـضح مـن الجـدول (202) أن الجماليات المتعلقـة بكيفيـات اللبـاس قـد بلغـت نـسبتها 25.88% لـدى مبحـوثي

الريف؛ تليها الجماليات المتعلقة بترتيب أثاث المنزل بنسبة 25.22%؛ ثم الجماليات الخاصة بطرق التزيين بنسبة 15.66%؛ ثم تأتي الجماليات الخاصة بمزاوجة الألوان وتنسيقها؛ وكيفيات قص الشعر في المرتبتين المواليتين؛ أما جماليات تقليد الموضة فكانت نسبتها ضعيفة.

وبالانتقال إلى دور برامج الفضائيات العربية في تشكيل الجماليات لدى مبحوثي المدينة؛ نلاحظ أن الجماليات المهتمة بطرق ترتيب أثاث المنزل قد بلغت نستها 23.84%؛ تليها الجماليات التي تهتم بمزاوحة الألوان وتنسيقها بنسبة 23.36%؛ ثم تأتي بعدهما الجماليات المهتمة بطرق التزيين بنسبة 21.02%؛ ثم تأتي الجماليات المهتمة بطرق اللباس بنسبة 14.64%؛ تليها الجماليات المهتمة بتقليد الموضة بنسبة 12.30%؛ أما الجماليات المهتمة بطريقة قص الشعر فجاءت نسبتها ضعيفة جدا بلغت 4.82%.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تشكيل برامج الفضائيات العربية؛ لجماليات لدى كل من مبحوثي الريف؛ ومبحوثي المدينة؛ نلاحظ أن كا^2 قد بلغت 48.88 وهي قيمة دالة إحصائيا عند درجة حرية 5 مستوى 0.001.

ومنه نقول: تشكل برامج الفضائيات العربية الجماليات المتعلقة بطرق التزيين لدى المبحوثين الذين هم من المدينة أكثر من تشكليها لدى الذين هم من الريف.

كما تشكل البرامج السابقة الجماليات المهتمة بطرق اللباس والجماليات المهتمة بطرق ترتيب أثاث المنزل لدى المبحوثين الذين هم من الريف أكثر من تشكيلها لدى الذين هم من المدينة؛ وتشكل الفضائيات العربية الجماليات المهتمة بتقليد الموضة؛ وجماليات الألوان لدى هؤلاء المبحوثين الذين هم من المدينة أكثر من تشكيلها لدى الذين هم من الريف.

الجدول رقم 203: يبين العلاقة بين الجماليات التي عملت برامج الفضائيات العربية على تشكيلها لدى عينة البحث، والمؤسسة الجامعية.

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة		المجموع
الجماليات التي شكلتها المصائيات العربية	التكرار	%	لتكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
طريقة لتزيين	38	16.45	67	19.47	22	22 91	127	17.34	254
طريقة للباس	44	19.04	72	20.93	12	12.50	163	22.26	291
طريقة ترتيب أثاث المنزل	58	25.10	93	27 03	27	28 12	157	22.81	345
تقليد اموصة	24	10.38	22	06.39	06	06.25	91	12.43	143
مزاوجه الألوان وتنسيقها	38	16.45	61	17 73	27	28 12	128	17 48	254
طريقة قص الشعر	29	12.55	29	08.43	02	02.08	56	07.65	116
أخرى	-	00	-	00		00		00	00
المجموع	231	100	344	100	96	100	732	100	1403

بدراسة العلاقة بين الجماليات التي شكلتها الفضائيات العربية لدى مبحوثي الجامعات الأربع؛ يتضح من الجدول (203) أن الجماليات المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل قد احتلت المرتبة الأولى لدى مبحوثي الجامعات كلها؛ إضافة إلى جماليات استخدام الألوان امحتلة المرتبة الأولى كذلك لدى طلبة حامعة جيجل؛ كما يتضح أيضا أن الجماليات المهتمة بطرق اللباس قد احتلت المرتبة الثانية لدى مبحوثي جامعات سيدي بلعباس؛ ورقلة؛ الجزائر؛ واحتلت هذه الجماليات المرتبة الثالثة لدى مبحوثي جامعة جيجل.

وبالنظر في الجماليات الأخرى؛ نرى أن جماليات التزيين واستعمال الألوان قد احتلت المرتبة الثالثة لدى مبحوثي جامعة سيدي بلعباس؛ في حين رجعت المرتبة الثالثة لدى طلبة جامعة ورقلة إلى الجماليات المهتمة بطرق التزيين؛ تليها الجماليات المتعلقة

باستخدام الألوان في المرتبة الرابعة؛ أما جماليات تقليد الموضة وجماليات طرق قص الشعر فكانت نسبتهما ضعيفتين.

وبالنسبة لجامعة جيجل نلاحظ أن جماليات كيفيات اللباس قد احتلت المرتبة الثالثة؛ تليها جماليات قص الشعر وجماليات تقليد الموضة في المرتبتين المواليتين.

أما بالنسبة لجامعة الجزائر فنلاحظ أن جماليات استخدام الألوان؛ وجماليات طرق التزيين؛ قد جاءت نسبتهما متقاربتين بفرق طفيف بينهما؛ أما جماليات قص الشعر فجاءت نسبتها ضعيفة.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تشكيل برامج الفضائيات العربية؛ الجماليات لدى مبحوثي الجامعات الأربع؛ نلاحظ أن كا^2 قد بلغت 34.34، وهي قيمة دالة إحصائيا عند درجة حرية 15 مستوى 0.001.

الجدول رقم 204: يبين العلاقة بين الجماليات التي عملت برامج الفضائيات الغربية على تشكيلها لدى عينة البحث، والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
الجماليات التي شكلتها الفضائيات الغربية	التكرار	%	التكرار	%	
طريقة التزيين	50	16.77	188	19.93	238
طريقة اللباس	39	13.08	148	15.69	187
طريقة ترتيب أثاث المنزل	83	27.85	196	20.78	279
تقليد الموضة	41	13.75	130	13.78	171
مزاوجة الألوان وتنسيقها	85	28.52	194	20.57	279
طريقة قص الشعر	-	00	87	09.22	87

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
الجماليات التي شكلتها الفضائيات الغربية	التكرار	%	التكرار	%	
أخرى	-	00	-	00	00
المجموع	298	100	943	100	1241

يتضح من الجدول أعلاه (204) أن برامج الفضائيات الغربية قد شكلت لدى الذكور الجماليات المتعلقة بمزاوجة الألوان وتنسيقها بنسبة 28.52%؛ تليها جماليات ترتيب أثاث المنزل بنسبة 27.85% ؛ ثم تأتي الجماليات المتعلقة بطرق التزيين بنسبة 16.77%؛ تليها جماليات تقليد الموضة؛ وجماليات كيفيات اللباس بنسبتين متقاربتين؛ أما فيما يخص جماليات قص الشعر لدى الذكور فلم تحظ باهتمامهم.

وبالانتقال إلى دور برامج الفضائيات الغربية في تشكيل الجماليات لدى الإناث؛ نرى أن جماليات ترتيب أثاث المنزل؛ وجماليات الألوان؛ قد جاءت نسبتهما متقاربتين؛ ثم تأتي جماليات طرق التزيين بنسبة 19.93%؛ تليها جماليات طرق اللباس بنسبة 15.69%؛ ثم جماليات تقليد الموضة بنسبة 13.78%؛ وأخيرا جماليات قص الشعر.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تشكيل برامج الفضائيات الغربية؛ الجماليات لدى كل من الذكور والإناث.

نلاحظ أن كا^2 قد بلغت 41.05 وهي قيمة دالة إحصائيا عند درجة حرية 5 مستوى 0.001.

الجدول رقم 205: يبين العلاقة بين الجماليات التي عملت برامج الفضائيات الغربية على تشكيلها لدى عينة البحث، وبيئة النشأة.

بيئة النشأة	الريف		المدينة		المجموع
الجماليات التي شكلتها الفضائيات الغربية	التكرار	%	التكرار	%	
طريقة التزيين	145	21.93	93	16.03	238
طريقة اللباس	111	16.79	76	13.10	187
طريقة ترتيب أثاث المنزل	121	18.30	158	27.24	279
تقليد لموضة	49	07.41	122	21.03	171
مزاوجة الألوان وتنسيقها	169	25.56	110	18.96	279
طريقة قص الشعر	66	09.98	21	03.62	87
أخرى	-	00	-	00	00
المجموع	661	100	580	100	1241

يكشف لنا الجدول (205) عن احتلال جماليات استعمال الألوان المرتبة الأولى لدى مبحوثي الريف بنسبة 25.56%؛ تليها جماليات طرق التزيين بنسبة 21.93%؛ ثم تأتي جماليات ترتيب أثاث المنزل بنسبة 18.30%؛ تتبعها جماليات طرق اللباس بنسبة 16.79%؛ أما الجماليات المهتمة بالموضة وبطرق قص الشعر فجاءت نسبها ضعيفة.

وتحتل الجماليات المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل المرتبة الأولى لدى مبحوثي المدينة بنسبة 27.24%؛ تليها الجماليات الخاصة بتقليد الموضة في المرتبة الثانية بنسبة 21.03%؛ ثم تأتي جماليات تنسيق الألوان ومزاوجتها بنسبة 18.96%.

أما الجماليات الخاصة بطرق التزيين فكانت نسبتها 16.03%؛ وأما الجماليات الخاصة بطرق اللباس فكانت نسبتها13.10%؛ في حين بلغت جماليات قص الشعر نسبة ضعيفة قدره ا3.62%

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تشكيل برامج الفضائيات الغربية؛ الجماليات لدى كـل مـن مبحوثي الريف؛ ومبحوثي المدينة؛ نلاحظ أن $كا^{2}$ قد بلغت 84.59 وهي قيمة دالة إحصائيا عند درجة حرية 5 مستوى 0.001.

ومنه نقول: تشكل برامج الفضائيات الغربية الجماليات المتعلقة بطرق التزين، ومزاوجـة الألـوان، وقص الشعر، والجماليات الخاصة بطرق اللباس لدى مبحوثي الريف أكثر من تشكليها لدى مبحوثي المدينـة كما تشكل هذه البرامج الجماليات الخاصة بطرق ترتيب أثاث المنزل؛ وتلك الخاصـة بتقليـد الموضـة لـدى مبحوثي المدينة أكثر من تشكيلها لدى أولائك الذين هم من الريف.

الجدول رقم 206: يبين العلاقة بين الجماليات التي عملت برامج الفضائيات الغربية على تـشكيلها لدى عينة البحث، والمؤسسة الجامعية.

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة		المجموع
الجماليـات التـي شـكلتها الفضائيت الغربية	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
طريقة لتزين	41	20 70	72	30.25	10	14.70	115	15.60	238
طريقة للباس	31	15.65	07	02.94	06	08.82	143	19.40	187
طريقة ترتيب أثاث المنزل	41	20 70	31	13.02	09	13.23	198	26.86	279
تقليد اموصة	10	05.05	60	25.21	06	08.82	95	12.89	171
مزاوجة الألوان وتنسيقها	53	26 76	60	25.21	33	48.52	133	18.04	279
طريقة قص الشعر	22	11 11	08	03.36	04	05.88	53	07 19	87

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة		المجموع
الجماليات التي شكلتها الفضائيات الغربية	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
أخرى		00	-	00	-	00	-	00	00
المجموع	198	100	238	100	68	100	737	100	12.41

يتبين من الجدول (206) أن برامج الفضائيات الغربية قد شكلت الجماليات المتعلقة بمزاوجة الألوان والجماليات المتعلقة بطرق التزيين وتلك المتعلقة بترتيب أثاث المنزل لدى طلبة جامعة سيدي بلعباس في المرتبتين الأولى والثانية؛ تليها الجماليات المتعلقة بطرق اللباس وتلك المتعلقة بطرق قص الشعر في المرتبتين الثالثة والرابعة أما جماليات تقليد الموضة فاحتلت المرتبة الأخيرة.

وبالانتقال إلى الجماليات التي شكلتها برامج الفضائيات الغربية لدى طلبة جامعة ورقلة؛ نلاحظ أن الجماليات المتعلقة بطرق التزيين وتلك المتعلقة بتقليد الموصة؛ ومزاوجة الألوان وتنسيقها قد احتلت المرتبتين الأولى والثانية.

تليها الجماليات المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل في المرتبة الثالثة؛ أما جماليات طرق النباس وطرق قص الشعر فاحتلت المرتبتين الأخيرتين.

وفيما يخص الجماليات التي شكلتها برامج الفضائيات الغربية لدى طلبة جامعة جيجل؛ نلاحظ أن جماليات مزاوجة الألوان قد احتلت المرتبة الأولى؛ تليها تلك المتعلقة بطرق التزيين وطرق ترتيب أثاث المنزل في المرتبتين المواليتين؛ أما الجماليات الأخرى فلم تحظ باهتمام طلبة جيجل.

أما فيما يخص الجماليات التي شكلتها برامج الفضائيات الغربية لدى طلبة جامعة الجزائر؛ فنلاحظ أن جماليات ترتيب أثاث المنزل؛ وتلك المتعلقة بطرق اللباس؛ واستعمال

الألوان قد احتلت المراتب الثلاث الأولى؛ تليها جماليات طرق التزيين وتلك المتعلقة بتقليد الموضة وطرق قص الشعر في المراتب الأخرى الموالية.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تشكيل برامج الفضائيات الغربية؛ الجماليات لدى مبحوثي الجامعات الأربع؛ نلاحظ أن كا^2 قد بلغت 144.21 وهي قيمة دالة إحصائيا عند درجة حرية 15 مستوى 0.001.

ـ حجم المشاهدة التلفزيونية، وعملية تشكيل الجماليات لدى عينة البحث:

إذا كانت البرامج التلفزيونية قد شكلت القيم الجمالية لدى الشباب فسيتم تناول عملية تشكل الجماليات لدى هؤلاء الشباب؛ في علاقتها بحجم المشاهدة التلفزيونية.

الجدول رقم 207: يبين العلاقة بين الجماليات التي تشكلها برامج التلفزيون الجزائري لدى عينة البحث والحجم الساعي الذي تستغرقه عملية مشاهدة هذه العينة لبرامج هذا التلفزيون.

الحجم الساعي	أقل من ساعتين		ساعتان إلى أربع ساعات		خمس ساعات فأكثر	
الجماليات التي شكلها التلفزيون الجزائري	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
طريقة التزيين	57	19.12	215	33.48	-	00
طريقة اللباس	54	18.12	144	22.42	-	00
طرقة ترتيب أثاث المنزل	86	28.85	71	11.05	17	36.17

تقليد الموضة	37	12.41	86	13.39	20	42.55
مزاوجة الألوان وتنسيقها	38	12 75	83	12.92	05	10.63
طريقة قص الشعر	26	08.72	43	06.69	05	10.63
أخرى	-	00	-	00	-	00
المجموع	298	100	642	100	47	100

سنتناول الآن العلاقة بين الجماليات التي شكلتها البرامج التلفزيونية لدى الشباب الجامعي المدروس والحجم الساعي المخصص للمشاهدة؛ فيكشف لنا الجدول (207) عن أن المبحوثين الذين يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري أقل من ساعتين؛ قد تشكلت لديهم الجماليات الخاصة بطرق ترتيب أثاث المنزل بنسبة 28.85%؛ تليها الجماليات الخاصة بطرق التزيين وجماليات طرق اللباس في المرتبتين المواليتين؛ ثم تأتي جماليات مزاوجة الألوان وتقليد الموضة؛ وأخيرا جماليات قص الشعر.

أما الذين يشاهدون برامج التلفزيون الجزائري من ساعتين إلى أربع ساعات؛ فقد تشكلت لديهم الجماليات المتعلقة بطرق التزين بنسبة 33.48%؛ تليها جماليات طرق اللباس بنسبة 22.42%.أما تلك الجماليات المتعلقة بتقليد الموضة؛ ومزاوجة الألوان وتنسيقها فكانت نسبتهما متقاربتين؛ وبلغت تلك المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل بنسبة 11.05%؛ أما جماليات طرق قص الشعر فكانت نسبتها ضعيفة.

وأما الذين يشاهدون البرامج السابقة من خمس ساعات فأكثر فقد تشكلت لديهم الجماليات المتعلقة بتقليد الموضة بنسبة 42.55%؛ تليها تلك المتعلقة بطرق ترتيب أثاث

المنزل بنسبة 36.17%؛ في حين كانت نسبتا جماليات مزاوجة الألوان وطرق قص الشعر متساويتين وضعيفتين.

الجدول رقم 208: يبين العلاقة بين الجماليات التي تشكلها برامج الفضائيات العربية لدى عينة البحث والحجم الساعي الذي تستغرقه عملية مشاهدة هذه العينة لبرامج هذه الفضائيات.

الحجم الساعي	أقل من ساعتين		ساعتان إلى أربع ساعات		خمس ساعات فأكثر	
الجماليات التي شكلتها الفضائيات العربية	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
طريقة التزيين	78	18.75	132	17.05	44	21.67
طريقة اللباس	103	24 75	148	19.12	40	19.70
طرقة ترتيب أثاث المنزل	102	24 51	199	25.71	34	16.74
تقليد لموضة	50	12.01	73	09.43	20	09.85
مزاوجة الألوان وتنسيقها	71	17.06	146	18.86	37	18.22
طريقة قص الشعر	12	02.88	76	09.81	28	13.79
أخرى	-	00		00	-	00
المجموع	416	100	774	100	203	100

يتضح من الجدول (208) أن الذين يشاهدون برامج الفضائيات العربية أقل من ساعتين قد تشكلت لديهم جماليات طرق اللباس؛ وطرق ترتيب أثاث المنزل وطرق

التزيين في المراتب الثلاث الأولى؛ أما الجماليات الخاصة بمزاوجة الألوان وتقليد الموضة فاحتلت المرتبتين الرابعة والخامسة؛ في حين كانت نسبة جماليات قص الشعر ضعيفة.

أما بالنسبة للذين يشاهدون برامج الفضائيات العربية من ساعتين إلى أربع ساعات؛ فقد تشكلت لديهم الجماليات المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل؛ وطرق اللباس ومزاوجة الألوان في المراتب الثلاث الأولى؛ ثم تأتي جماليات طرق وكيفيات التزيين في المرتبة الموالية؛ في حين كانت نسبتا جماليات تقليد الموضة وطرق قص الشعر ضعيفتين.

وأما الذين يشاهدون برامج الفضائيات العربية من خمس ساعات فأكثر؛ فقد تشكلت لديهم الجماليات الخاصة بطرق التزيين واللباس ومزاوجة الألوان في المراتب الثلاث الأولى؛ تليها الجماليات الخاصة بطرق ترتيب أثاث المنزل وطرق قص الشعر في المرتبتين المواليتين؛ أما جماليات تقليد الموضة فكانت نسبتها ضعيفة.

الجدول رقم 209: يبين العلاقة بين الجماليات التي تشكلها برامج الفضائيات الغربية لدى عينة البحث والحجم الساعي الذي تستغرقه عملية مشاهدة هذه العينة لبرامج هذه الفضائيات.

الحجم الساعي	أقل من ساعتين		ساعتان إلى أربع ساعات		خمس ساعات فأكثر	
الجماليات التي شكلتها الفضائيات العربية	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
طريقة التزين	63	20.38	137	18.43	38	20.10
طريقة اللباس	46	14.88	126	16.96	15	07.93
طرقة ترتيب أثاث المنزل	99	32.03	135	18.16	45	23.80
تقليد لموضة	40	12.94	116	15.62	15	07.93

مزاوجة الألوان وتنسيقها	59	19.09	172	23.14	48	25.40
طريقة قص الشعر	02	00.64	57	07.67	28	14.82
أخرى	-	00	-	00	-	00
المجموع	309	100	743	100	189	100

يتضح من بيانات الجدول (209) أن الذين يشاهدون برامج الفضائيات الغربية أقل من ساعتين قد تشكلت لديهم جماليات طرق ترتيب أثاث المنزل وطرق التزيين ومزاوجة الألوان وتنسيقها في المراتب الثلاث الأولى؛ تليها جماليات طرق اللباس وتقليد الموضة في المرتبتين الثالثة والرابعة ؛ أما جماليات طرق قص الشعر فكانت نسبتها ضعيفة جدا.

وبالانتقال إلى المبحوثين الذين يشاهدون برامج الفضائيات الغربية من ساعتين إلى أربع ساعات؛ نلاحظ أن جماليات مزاوجة الألوان وطرق ترتيب أثاث المنزل وطرق اللباس قد شكلت لدى أولائك المبحوثين في المراتب الثلاث الأولى؛ كما نجد جماليات طرق قص الشعر وكيفيات اللباس وتقليد الموضة قد تشكلت في المراتب الثلاث الأخيرة.

ويبدو مما سبق أن عملية تشكيل البرامج التلفريونية للجماليات لدى المبحوثين الشباب غير مرتبطة بالحجم الساعي للمشاهدة؛ وإنما ترتبط بما يريد الأفراد المبحوثون تحققه من جماليات؛ ويمكن تفسير ذلك بوجود وسائط أخرى تشارك التلفزيون في صياغة الجماليات لدى الشباب الجامعي.

ـ عناصر جمالية الممثلين من خلال البرامج التلفزيونية:

لاحظنا في الفصل الخاص بدور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي المبحوث أن هناك تشكلا لكل القيم الجمالية التي أوردناها؛ كما لاحظنا أن التلفزيون يساعد المبحوثين في تشكيلهم للجماليات التي أوردناها كذلك.

وبناء على هذا سنتناول الآن رأي المحوثين في العناصر التي تزيد من جمال الممثلين من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية.

الجدول رقم 210: يبين العلاقة بين العناصر التي تزيد من جمال الممثلين من خلال البرامج التلفزيونية والنوع.

النوع	الذكور		الإناث	
العناصر التي تزيد من جمال الممثلين	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب
طريقة التزيين	45	5	179	5
الملابس الفاخرة	38	6	161	6
طريقة الكلام	129	1	185	3
حسن الوجه والخلقة	26	8	75	10
لون البشرة	14	10	77	9
لون العينين	17	9	95	8
حسن الجمع بين الألوان	37	7	99	7
الرشاقة	60	4	199	1
درجة حب الجمهور للممثل	122	2	182	4

النوع	الذكور		الإناث	
العناصر التي تزيد من جمال الممثلين	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب
طريقة تأدية العمل التلفزيوني	92	3	187	2
المجموع	580		1439	

يتضح من الجدول (210) أن الذكور يرون أن طريقة الكلام هي التي تزيد من جمال الممثلين أكثر من العناصر الأخرى؛ وبذلك فقد أخذت المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فقد أخذها مدى حب الجمهور للممثل؛ تأتي بعد ذلك طريقة تأدية العمل التلفريوني؛ في المرتبة الثالثة؛ ثم يأتي العنصر الخاص بالرشاقة في المرتبة الرابعة متبوعا بطريقة التزيين؛ ثم الملابس الفاخرة في المرتبة السادسة؛ يليها حسن الجمع بين الألوان في المرتبة السابعة؛ أما المرتبة الثامنة فعادت لحسن الوجه والخلقة؛ وعادت المرتبة التاسعة للون العينين؛ وأخذ لون البشرة المرتبة الأخيرة.

وبالنظر في رأي الإناث في العناصر التي تزيد من جمال الممثلين يتضح أن تفضيلات الإناث تتفق مع تفضيلات الذكور في ثلاث عناصر؛ أما العناصر الأخرى ففيها خلاف.

ومنه نلاحظ أن عنصر الرشاقة هو الذي يحتل المرتبة الأولى لدى الإناث ضمن العناصر التي تزيد من جمال الممثلين؛ ثم تأتي طريقة تأدية العمل التلفزيوني في المرتبة الثانية؛ تليها طريقة الكلام في المرتبة الثالثة؛ ثم درجة حب الجمهور للممثل في المرتبة الرابعة؛ أما طريقة التزيين والملابس الفاخرة فجاءتا في المرتبتين الخامسة والسادسة على التوالي؛ أما حسن جمع الممثلين بين الألوان فاحتل المرتبة السابعة؛ ثم يأتي لون عيون الممثلين في المرتبة الثامنة؛ ثم يأتي لون البشرة وحسن الوجه والخلقة في المرتبتين الأخيرتين.

الجدول رقم 211: يبين العلاقة بين العناصر التي تزيد من جمال الممثلين من خلال البرامج التلفزيونية وبيئة النشأة.

بيئة النشأة	الريف		المدينة	
العناصر التي تزيد من جمال الممثلين	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب
طريقة التزيين	102	5	122	5
الملابس الفاخرة	108	4	91	6
طريقة الكلام	143	2	171	2
حسن الوجه والخلقة	27	10	74	7
لون البشرة	80	7	11	10
لون العينين	75	8	37	9
حسن الجمع بين الألوان	72	9	64	8
الرشاقة	116	3	143	3
درجة حب الجمهور للممثل	100	6	204	1
طريقة تأدية العمل التلفزيوني	153	1	126	4
المجموع	976		1043	

وبدراسة العلاقة بين العناصر التي تزيد من جمال الممثلين من خلال مشاهدة أفراد عينة البحث برامج التلفزيون ومتغير بيئة النشأة؛ يتضح من بيانات الجدول (211)؛ أن المبحوثين الذين هم من الريف قد اختاروا طريقة تأدية العمل التلفزيوني؛ كإحدى العناصر التي تزيد من جمال الممثلين، محتلة بذلك المرتبة الأولى؛ تليها طريقة الكلام في المرتبة الثانية؛ ثم الرشاقة في المرتبة الثالثة؛ والملابس الفاخرة في المرتبة الرابعة؛ متبوعة بطريقة التزيين في المرتبة اخامسة؛ أما درجة حب الجمهور للممثل فأخذت المرتبة

السادسة؛ وأخذ لون البشرة المرتبة السابعة متبوعا بلون العيون في المرتبة الثامنة؛ ثم حسن الجمع بين الألوان في المرتبة التاسعة؛ وأما العنصر الخاص بحسن الوجه والخلقة فأخذ المرتبة الأخيرة.

وبالنظر فيما اختاره المبحوثون الذين هم من المدينة؛ نرى أن حب الجمهور للممثلين قد أخذ المرتبة الأولى تليه طريقة الكلام في المرتبة الثانية؛ ثم الرشاقة في المرتبة الثالثة؛ وطريقة تأدية العمل التلفزيوني في المرتبة الرابعة؛ أما المرتبة الخامسة فرجعت لطريقة التزيين متبوعة بالملابس الفاخرة في المرتبة السادسة ؛ وأما المرتبة السابعة فأخذها حسن الوجه والخلقة؛ في حين أخذ حسن الجمع بين الألوان المرتبة الثامنة؛ وأخذ لون العينين ولون البشرة المرتبتين الأخيرتين.

الجدول رقم 212: يبين العلاقة بين العناصر التي تزيد من جمالية الممثلين من خلال البرامج التلفزيونية والمؤسسة الجامعية.

المؤسسة الجامعية	سيدي بلعباس		ورقلة		جيجل		الجزائر العاصمة	
العناصر التي تزيد من جمالية الممثلين	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
طريقة التزيين	26	08.12	31	07.24	32	16.93	135	12.48
الملابس الفاخرة	28	08.75	19	04.43	13	06.87	139	12.84
طريقة الكلام	49	15.31	78	18 22	31	16.40	156	14.42
حسن الوجه والخلقة	25	07.81	27	06 30	22	11.64	27	02.49
لون البشرة	09	02.81	27	06 30	02	01.05	53	04.89
لون العينين	23	07.18	36	08 41	-	00	53	04.89

حسن الجمع بين الألوان	29	09.06	16	03.73	12	06.34	79	07.30
الرشاقة	38	11.87	44	10.28	16	08.46	161	14.88
درجة حب الجمهور للممثل	31	09.68	89	20.79	21	11.11	163	15.06
طريقة تأدية العمل التلفزيوني	62	19.37	61	14.25	40	21.16	116	10.72
المجموع	320	100	428	100	189	100	1082	100

بدراسة العلاقة بين العناصر التي تزيد من جمال الممثلين من خلال البرامج التلفزيونية؛ والمؤسسة الجامعية؛ يتضح من الجدول (212) أن مبحوثي جامعة سيدي بلعباس قد اختاروا طريقة تأدية العمل التلفزيوني كإحدى العناصر التي تزيد من جمال الممثلين بنسبة 19.37%؛ تليها طريقة الكلام بنسبة 15.31%؛ ثم الرشاقة بنسبة 11.87%؛ ثم يأتي حب الجمهور للممثلين بنسبة 9.68%؛ يليه حسن الجمع بين الألوان بنسبة 09.06%؛ أما نسبتا الملابس الفاخرة وطريقة التزيين فكانتا متقاربتين كما تقاربت أيضا نسبتا حسن الوجه والخلقة ولون العينين؛ أما لون البشرة فكانت نسبته ضعيفة جدا.

وبالنسبة لطلبة جامعة ورقلة فقد اختاروا عنصر حب الجمهور للممثلين كأحد العناصر التي تضفي جمالا عليهم بنسبة 20.79%؛ ثم تأتي طريقة الكلام بنسبة 18.22%؛ تليها طريقة تأدية العمل التلفزيوني بنسبة 14.25% ثم الرشاقة بنسبة10.28%؛ أما العناصر الأخرى فلم تحظ باهتمام طلبة جامعة ورقلة.

وفيما يخص العناصر التي اختارها طلبة جامعة جيجل فنلاحظ أن طريقة تأدية العمل التلفزيوني قد أخذت نسبة 21.16%؛ تليها طريقة التزيين؛ وطريقة الكلام بنسبتين متقاربتين؛ ثم يأتي حسن الوجه وحب الجمهور للممثلين بنسبتين متقاربتين أيضا؛ أما العناصر الأخرى فكانت نسبها ضعيفة.

أما فيما يخص العناصر التي اختارها طلبة جامعة الجزائر فنلاحظ أن حب الجمهور للممثلين وعنصر الرشاقة وطريقة الكلام قد احتلت المراتب الثلاث الأولى؛ ثم تأتي الملابس الفاخرة؛ وطريقة التزيين وطريقة تأدية العمل التلفزيوني في المراتب الموالية؛ أما العناصر الأخرى فكانت نسبها ضعيفة.

يبدو مما سبق تناوله أن للمبحوثين خلفية نظرية تجاه الجميل؛ من خلال التلفزيون؛ فإن كان ترتيب العناصر السابقة قد أعطى كل عنصر أهميته في التركيب الجمالي للممثلين؛ فإننا لا نستطيع الفصل بين هذه العناصر السابقة؛ ذاك أن الحكم الجمالي حكم نسبي يختلف من إنسان إلى إنسان ومن بيئة اجتماعية إلى أخرى.

وبناء على هذا؛ سنحاول تلخيص ما توصلنا إليه من نتائج فيما يتعلق بأهم العناصر التي تزيد من جمال الممثلين.

يبدو من بيانات الجداول الثلاثة السابقة (211.210.209) أن الشباب الجامعي يميل إلى جماليات الحديث أو الكلام في الحكم الجمالي الصادر على الممثلين؛ ويمكن تفسير ذلك بالانجذاب إلى اللغة التلفزيونية ومستوياتها ومدى قدرة الممثل على تقمص الأدوار التي تعطى له؛ وينبغي التأكيد هنا على أن هذا العنصر يدخل في جماليات الخطاب التفزيوني؛ وإذا كان حسن الكلام قد حقق الجمال؛ فإن الحب الذي يحمله الجمهور للممثل قد حققه أيضا؛ فالجميل هنا هو ما يحبه هؤلاء الشباب نتيجة تجربتهم التلفزيونية؛ والحقيقة أن هذا الحب لم يتكون من فراغ؛ وإنما له عناصره الجمالية لتي حققته.

فلا يمكن لمن لا يتقن دوره؛ ولمن لا تكون طريقة تأديته لعمله التلفزيوني جيدة أن ينـال منزلـة في تفضيلات الشباب الجامعي الجمالية.

كما يميل هؤلاء الشباب إلى بعض جماليات الجـسم البـشري في حكمهـم عـلى جـمال الممثلـين مـن خلال التلفزيون؛ فالرشاقة، والتزين، والتجميل، وارتداء الملابس الفاخرة، هي عناصر تكسب الممثلين جمالا؛ لكن بالمقابل نلاحظ أن بعض جماليات الجسم البشري لم تحظ باهتمام الشباب الجـامعي؛ كحـسن الوجـه والخلقة ولون البشرة ولون العينين مما يؤكد عدم الاختلاف الكبير في ذوق هؤلاء المبحوثين.

إذا كان المبحوثون قد قدموا أهم العناصر التي تكـسب الممثلـين جـمالا؛ فـإن تقـديم الشخـصيات التلفزيونية المفضلة جماليا؛ يعد مؤشرا هاما لمدى تحقق تلك العناصر الجمالية؛ كما يعد تأكيدا على قـدرة التلفزيون على رسم صورة جميلة عن أي شخصية اختارها المبحوثون.

وهذا ما سنحاول معرفته من خلال الجدول (213).

ـ الشخصيات التلفزيونية وعملية الانجذاب الجمالي:

تشكل تجربة المشاهدة التلفزيونية لدى المتلقي صورا عن الشخصيات المفضلة؛ منهـا مـا تثبـت في المخيال؛ ومنها ما تنمحي؛ ويبدو أن لكل مشاهد معايير جمالية يحكم بها على جـمال شخـصية تلفزيونيـة دون أخرى؛ وبهذا يكون لهذا المشاهد نموذج من شخصية أو نماذج من شخصيات تلفزيونية جميلة.

وبناء على هذا حاولنا معرفة الشخصيات التي يعتبرها الـشباب الجـامعي نمـوذج الجـمال لـديهم؛ ومن ثم معرفة دور التلفزيون في إبراز الصفات الجمالية لكل شخصية من الشخصيات.

وتنقسم الشخصيات التلفزيونية التي انجذب الشباب الجامعي إليها إلى:

1- شخصيات جزائرية.

2- شخصيات عربية.

3- شخصيات غربية.

كما تنقسم هذه الشخصيات التلفزيونية حسب عملها إلى:

1- الشخصيات الفكاهية.

2- مقدمي الأخبار.

3- المنشطين الرياضيين ومنشطي الحصص.

4- الشخصيات الدينية.

5- شخصيات الدراما التلفزيونية.

6- الشخصيات الفنية (المغنون).

ولقد اخترنا عشرين (20) شخصية تلفزيونية من بين مائة وخمس شخصيات (105) الواردة في الجدول (أنظر الملحق) التي فضلها جماليا الشباب المبحوث.

الجدول رقم 213: يبين العلاقة بين الشخصيات التلفزيونية التي جذبت عينة البحث بفضل جمالها، والنوع

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
الشخصيات التلفزيونية	**التكرار**	**الترتيب**	**التكرار**	**الترتيب**	
عثمان عريوات	15	4	16	7	31
كريم بوسالم	32	1	39	2	71
عادل إمام	17	3	19	6	36

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
الشخصيات التلفزيونية	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب	
حفيظ دراجي	32	1	24	4	56
صالح أوقروت	17	3	23	5	40
VANDAME	08	6	04	16	12
خديجة بن قنة	21	2	29	3	50
محمد عجايمي	02	11	15	8	17
عمرو خالد	09	6	40	1	49
ليلى علوي	12	5	08	14	20
عائض القرني	05	9	09	13	14
أحمد زكي	03	11	14	9	17
جورج قرداحي	04	10	23	5	27
Jean pierre foucout	01	12	12	10	13
فريدة بلقسام	07	7	19	6	26
Tom cruse	06	8	11	11	17
نافع الجندي	05	9	12	10	17
حكيم دكار	08	6	11	11	19
إبراهيم الفقي	02	12	10	12	12

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
الشخصيات التلفزيونية	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب	
فريدة صابونجي	05	9	15	8	20
جميلة عراس	05	9	07	15	12
المجموع					

يتضح من الجدول (213) أن الذكور قد فضلوا شخصيتي حفيظ دراجي، وكريم بوسالم، في المرتبة الأولى.

أما المرتبة الثانية في مفاضلة الذكور الجمالية فأخذتها مقدمة الأخبار بقناة الجزيرة خديجة بن قنة؛ وأخذ كل من عادل إمام، وصالح أوقروت، كشخصيتين فكاهيتين؛ المرتبة الثالثة في مفاضلة الذكور الجمالية؛ ثم تأتي بعدهما شخصية فكاهية أخرى، هي شخصية عثمان عريوات في المرتبة الرابعة؛ واحتلت الممثلة المصرية ليلى علوي المرتبة الخامسة؛ وتقاسم المرتبة السادسة كل من الممثل VANDAM والداعية عمرو خالد والممثل حكيم دكار؛ في حين أخذت مقدمة الأخبار بالتلفزيون الجزائري فريدة بلقسام امرتبة السابعة؛ وأخذ الممثل Tom cruse المرتبة اثامنة في مفاضلة الذكور.

أما المرتبة التاسعة فتقاسم منزلتها كل من الداعية عائض القرني، والمنشط نافع الجندي؛ والممثلتان فريدة صابونجي، وجميلة عراس، واحتل الفنان جورج قرداحي المرتبة العاشرة؛ وتقاسم الممثلان محمد عجايمي وأحمد زكي المرتبة الحادية عشرة؛ كما تقاسم كل من المنشط Jean Pierre Foucout والداعية إبراهيم الفقي المرتبة الثانية عشرة.

وبالانتقال إلى الشخصيات المفضلة جماليا لدى الإناث نلاحظ أن الداعية عمرو خالد؛ قد احتل المرتبة الأولى؛ يليه مقدم الأخبار كريم بوسالم، في المرتبة الثانية؛ ثم تأتي مقدمة الأخبار خديجة بن قنة في المرتبة الثالثة؛ واحتل الصحفي الرياضي حفيظ دراجي

المرتبة الرابعة؛ أما المرتبة الخامسة فتقاسمها كل من الفكاهي صالح أوقروت، والفنان جورج قرداحي؛ كما تقاسم كل من عادل إمام وفريدة بلقسام المرتبة السادسة؛ في حين رجعت المرتبة السابعة للفنان عثمان عريوات؛ وتقاسم المرتبة الثامنة كل من محمد عجايمي، وفريدة صابونجي؛ وأخذ المرتبة التاسعة أحمد زكي؛ وتقاسم المرتبة العاشرة كل من Jean Pierre Foucout ، ونافع الجندي؛ وكل منهما مقدم حصة تلفزيونية؛ كما تقاسم الممثل Tom Cruse؛ والفكاهي حكيم دكار المرتبة الحادية عشرة؛ أما المرتبة الثانية عشرة فأخذها إبراهيم الفقي كشخصية دينية؛ ثم تأتي شخصية الداعية عائض لقرني في المرتبة الثالثة عشرة؛ وأخذت الممثلة ليلى علوي المرتبة الرابعة عشرة؛ كما أخذت الممثلة جميلة عراس المرتبة الخامسة عشرة؛ وأخذ الممثل Van Dam المرتبة الأخيرة.

يتضح مما سبق ذكره أن الشخصيات المحتلة المراتب الأربع الأولى التي جذبت الذكور بفعل جمالها؛ وهي شخصية مقدم الأخبار كريم بوسالم؛ ويبدو هنا أن جمال مقدم الأخبار لا يتأسس على الجوانب الشكلية كاللباس، والمكياج، والألوان فقط؛ وإنما هناك جانب آخر مهم؛ وهو طريقة وأسلوب عرض وقراءة الأخبار؛ وفي هذا إشارة إلى أن الجمال قد يمتد إلى أشياء أخرى غير مرئية في تأسيس الحكم الجمالي؛ كما نرى أن الصحفي الرياضي حفيظ دراجي؛ قد احتل المرتبة نفسها؛ ويبدو هنا أن الحكم الجمالي لدى الذكور قائم أساسا على ما يقدم داخل البرنامج التلفزيوني، ثم على مدى نجاح هذا البرنامج؛ ومنه يمكن أن يكون العمل التلفزيوني صورة لصاحبه.

وتبقى صفة الشخصية ونجاحها متحكمين في الحكم الجمالي؛ ويبرز ذلك لدى الذكور حين اعتبروا الصحفية خديجة بن قنة متصفة بالجمال؛ ويبدو أن هذا الحكم لا يتأسس على الجوانب الشكلية فقط؛ وإنما يمتد – كما قلنا من قبل - إلى طريقة وأسلوب عرض وقراءة الأخبار.

كما يبرز ذلك في احتلال شخصيات فكاهية المرتبة الثالثة والرابعة؛ ويمكن تفسير هذا الحكم الجمالي باتجاه الذكور إلى الجوانب الفكاهية المثيرة للضحك والهزل في شخصية الممثل عادل إمام؛ والممثل صالح أوقروت؛ والممثل عثمان عريوات.

وهذا ما يجد تبريره في الخلفية النظرية للبحث من كون القيم الجمالية ممتدة إلى الضحك والفكاهة والهزل.

أما بالنسبة للشخصيات التلفزيونية؛ التي انجذبت إليها الإناث فنلاحظ أن هناك اتفاقا في اختيار ثلاث شخصيات بين الإناث والذكور؛ من بين الشخصيات الأربع الأولى.

لقد أخذ الحكم الجمالي لدى الإناث شخصية الداعية عمرو خالد؛ كأجمل شخصية تلفزيونية؛ ويمكن تفسير هذا بطبيعة البرامج الدينية التي يقدمها؛ وفي هذا ميل إلى بعض الجماليات الروحية التي تطرقنا لها في الجانب النظري للدراسة؛ حيث لا يكتفي هنا بالجماليات الشكلية (رغم أهميتها)؛ وإنما يتعدى الأمر إلى جمال الصورة الباطنة داخل المتلقي؛ أو المشاهد؛ واستثارت المخزون الديني للإناث.

وفيما يتعلق بالشخصيات الثلاث المتبقية (كريم بوسالم؛ خديجة بن قنة؛ حفيظ دراجي) يمكن تطبيق ما ذكرناه عنها لدى الذكور.

ومما سبق تناوله؛ نصيغ مجموعة من الاستنتاجات كالآتي:

- الجمال نسبي؛ يختلف من شخص إلى آخر.

- لا يرتبط الجمال بالملامح الفزيولوجية فقط لدى الشباب المبحوث؛ وإنما يرتبط كذلك بطبيعة الدور الذي تؤديه الشخصية التلفزيونية.

- يرتبط جمال الشخصيات التلفزيوبية لدى الشباب الجامعي؛ بمدى ما حققته من نجاح؛ وبطبيعة البرنامج المقدم.

- يرتبط جمال الشخصيات التلفزيونية بالصفة التي هي عليها؛ كالفكاهة وحسن أداء الدور؛ وطريقة العرض والتقديم؛ والبعد الديني له.

- لاحظنا مما سبق انجذاب الشباب الجامعي إلى الشخصيات الجزائرية والعربية كان أكثر من الانجذاب إلى الشخصيات الغربية.

ـ زمن اكتساب القيم الجمالية، وتجربة المشاهدة التلفزيونية:

تخضع عملية اكتساب القيم الجمالية لعامل الزمن؛ فهناك من القيم ما تجد طريقها إلى المتلقي؛ في وقت زمني قصير؛ فتتدعم تلك التي كانت موجودة من قبل؛ وهناك كذلك من القيم ما تجد طريقها إلى المتلقي في وقت زمني طويل؛ فتتدعم أو تتغير؛ تاركة المكان لقيم أخرى.

وبهذا سنحاول معرفة رأي الشباب الجامعي المبحوث؛ في المدة الزمنية التي يرونها كافية لاكتساب القيم الجمالية؛ خلال عمليات المشاهدة والتلقي؛ لبرامج التلفزيون.

الجدول رقم 214: يبين العلاقة بين المدة الزمنية التي تراها عينة البحث كافية لاكتساب القيم الجمالية، والنوع.

النوع	الذكور		الإناث	
المدة الزمنية الكافية لاكتساب القيم الجمالية	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب
الساعة الأولى التي تلي عملية المشاهدة	58	1	88	2
الساعات الأولى التي تلي عملية المشاهدة	50	2	121	1
اليوم الأول الذي يلي عملية المشاهدة	22	4	49	3

التوع	الذكور		الإناث	
المدة الزمنية الكافية لاكتساب القيم الجمالية	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب
الأيام الأولى التي تلي عملية المشاهدة	32	3	40	6
الأسبوع الأول الذي يلي عملية المشاهدة	06	6	41	5
الأسابيع الأولى التي تلي عملية المشاهدة	20	5	44	4
الشهر الأول الذي يلي عملية المشاهدة	03	8	07	7
الأشهر الأولى التي تلي عملية المشاهدة	04	7	03	8
السنة الأولى التي تلي عملية المشاهدة	01	9	-	-
السنو ت الأولى التي تلي عملية المشاهدة	-	-	-	.
المجموع	196		393	

يكشف لنا الجدول (214) عن أخذ الساعة الأولى التي تلي عملية مشاهدة التلفزيون؛ المرتبة الأولى لدى الذكور؛ ثم تأتي الساعات الأولى التي تلي عملية المشاهدة؛ في المرتبة الثانية ضمن المدة الزمنية الكافية لاكتساب القيم الجمالية؛ وبعد هذه الساعات الأولى؛ يرى الذكور؛ أن اكتساب هذه القيم من خلال مشاهدة التلفزيون؛ يأتي بعد الأيام الأولى؛ التي تتبع تلك المشاهدة؛ وذاك في المرتبة الثالثة.

أما المرتبة الرابعة فرجعت لليوم الأول الذي يتبع عملية مشاهدة التلفزيون؛ وأما المرتبة الخامسة؛ فرجعت للأسابيع الأولى التي تتبع عملية المشاهدة؛ في حين يحتل الأسبوع الأول؛ في المدة الزمنية الكافية لاكتساب القيم الجمالية؛ المرتبة السادسة؛ وتحتل الأشهر الأولى؛ والشهر الأول والسنة الأولى؛ المراتب الثلاث الأخيرة؛ ضمن المدة الزمنية التي يراها الذكور كافية لاكتساب القيم الجمالية.

وبالنسبة للإناث نلاحظ أن المدة الزمنية الكافية لاكتساب القيم الجمالية لديهن كانت للساعات الأولى التي تلي عملية المشاهدة؛ محتلة بذلك المرتبة الأولى؛ ثم تأتي

الساعة الأولى التي تتبع مشاهدة التلفزيون في المرتبة الثانية؛ يليها اليوم الأول الذي يتبع عملية المشاهدة في المرتبة الثالثة؛ ثم تأتي الأسابيع الأولى؛ في المرتبة الرابعة؛ يتبعها الأسبوع الأول في المرتبة الخامسة؛ والمرتبة السادسة كانت للأيام الأولى التي تلي عملية المشاهدة؛ أما الشهر الأول والأشهر الأولى فاحتلوا المرتبتين الأخيرتين.

يتضح مما سبق تناوله؛ أن عملية اكتساب المبحوثين؛ القيم الجمالية؛ من خلال مشاهدة التلفزيون؛ ترتبط بالزمن الذي يتخلل عملية المشاهدة؛ والذي يتبع هذه العملية؛ وكلما تباعد زمن المشاهدة؛ كلما قلت عملية تشكل القيم الحمالية السابقة؛ ويمكن تفسير ذلك بقوة تأثير محتويات البرامج التلفزيونية في الشباب المبحوث؛ وبتجدد هذه البرامج مع مرور الوقت؛ إضافة إلى عامل آخر مهم يتعلق بالذاكرة؛ لدى هؤلاء الشباب؛ بمعنى أن ما يشاهد في التلفزيون يمحى من ذاكرة المبحوثين؛ وينسى بعض الشيء.

ـ المتعة والحاجة الجماليتين:

تكون محصلة التجربة الجمالية التلفزيونية، نتيجة التلقي الجمالي، واكتساب مجمل القيم الجمالية؛ وسنحاول هنا معرفة تحقيق البرامج التلفزيونية؛ المتعة والحاجة الجماليتين لدى الشباب الجامعي المبحوث.

الجدول رقم 215: يبين البرامج التلفزيونية التي تحقق لعينة البحث متعة جمالية.

برامج القنوات التلفزيونية	التلفزيون الجزائري		القنوات الفضائية العربية		القنوات الفضائية الغربية		المجموع
البرامج المحققة للمتعة	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
الأفلام	291	30.76	246	24.62	382	37.37	919
المسلسلات	213	22.51	376	37.63	131	12.81	720

برامج القنوات التلفزيونية	التلفزيون الجزائري		القنوات الفضائية العربية		القنوات الفضائية الغربية		المجموع
البرامج المحققة للمتعة	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
الإشهار	82	08.66	111	11.11	208	20.35	401
الحصص الفنية والثقافية	359	37.94	266	26.62	301	29.45	926
أخرى	01	00.10	-	00	-	00	01
المجموع	946	100	999	100	1022	100	2967

تناولنا سابقا دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية؛ لدى الشباب المبحوث؛ ولاحظنا أن هناك دورا مهما يمارسه التلفزيون في تشكيل بعض الجماليات لدى هؤلاء الشباب؛ وسنحاول الآن معرفة مدى تحقيق البرامج التلفزيونية للمتعة الجمالية باعتبارها ركيزة من ركائز الحكم الجمالي؛ والقيمة الجمالية؛ فيتضح من الجدول (215) أن الحصص الفنبة والثقافية التي يبثها التلفزيون الجزائري تحقق متعة جمالية للشباب المبحوث بنسبة 37.94% ؛ تليها الأفلام بنسبة 30.76%؛ ثم المسلسلات بنسبة 22.51%؛ يليها الإشهار في المرتبة الأخيرة بنسبة 08.66%.

وبالنسبة لبرامج الفضائيات العربية؛ نلاحظ أن المسلسلات هي التي تحقق متعة جمالية لدى الشباب الجامعي أكثر من البرامج الأخرى؛ وذلك بنسبة 37.63% ؛ تليها الحصص لفنية والثقافية بنسبة 26.62%؛ ثم الأفلام بنسبة 24.62%؛ أما الإشهار فإن تحقيقه للمتعة الجمالية لدى المبحوثين فكان ضعيفا.

أما بالنسبة لبرامج الفضائيات الغربية؛ فنلاحظ أن الأفلام هي التي حققت لعينة البحث متعة جمالية؛ وذلك بنسبة 37.37%؛ تليها الحصص الفنية والثقافية بنسبة 29.45%؛ ثم الإشهار بنسبة 20.35%؛ أما المسلسلات فكانت نسبتها ضعيفة.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تحقيق القنوات التلفزيونية للمتعة الجمالية لدى الشباب المبحوث؛ نلاحظ أن كا^2 = 234.42 وهي دالة عند درجة حرية 8؛ مستوى 0.001؛ ومنه نقول:

تحقق الأفلام في القنوات الفضائية اغربية متعة جمالية لأفراد عينة البحث؛ أكثر من تحقيق الأفلام بالتلفزيون الجزائري والفضائيات العربية لتلك المتعة لدى المبحوثين.

كما تحقق المسلسلات في الفضائيات العربية متعة جمالية لأفراد العينة أكثر من تحقيق هذه المسلسلات بالتلفزيون الجزائري والفضائيات الغربية؛ لهذه المتعة لدى الأفراد السابقين.

ويحقق الإشهار في الفضائيات الغربية متعة جمالية للشباب المبحوث أكثر من تحقيق هذا الإشهار بالتلفزيون الجزائري والفضائيات العربية للمتعة الجمالية لدى الشباب السابق.

وتحقق الحصص الفنية والثقافية بالتلفزيون الجزائري؛ متعة جمالية؛ لدى الشباب المبحوث أكثر من تحقيق هذه الحصص بالفضائيات العربية؛ والغربية لتلك المتعة؛ لدى أولئك الشباب.

بعد هذا سنتناول علاقة البرامج التلفزيونية المحققة للمتعة الجمالية؛ بمتغير الجنس.

الجدول رقم 216: يبين العلاقة بين برامج التلفزيون الجزائري التي حققت متعة جمالية لعينة البحث والنوع.

المجموع	الإناث		الذكور		النوع
	%	التكرار	%	التكرار	البرمج التلفزيونية المحققة للمتعة الجمالية
291	28.24	183	36.24	108	الأفلام
213	25.30	164	16.44	49	المسلسلات
82	08.48	55	02.06	27	الإشهار
359	37.96	246	37.91	113	الحصص الفنية والثقافية
01	00	-	00.33	01	أخرى
946	100	648	100	298	المجموع

بدراسة مدى تحقق المتعة الجمالية لدى كل من الـذكور والإنـاث؛ يتـضح مـن الجـدول (216) أن الحصص الفنية والثقافية التي يبثها التلفزيون الجزائري؛ قـد حققـت متعـة جماليـة لـدى الـذكور؛ بنـسبة 37.91%؛ تليها الأفلام بنسبة 36.24%؛ ثم المسلسلات بنسبة 16.44%؛ أما الإشهار فكانت نسبته ضعيفة.

وبالنسبة للإناث نلاحظ أن الحصص الفنيـة والثقافيـة؛ قـد حققـت لـديهن متعـة جماليـة بنـسبة 37.96%؛ تليها الأفلام بنسبة 28.24%؛ ثم المسلـسلات بنـسبة 25.30%؛ أمـا مـساهمة الإشـهار في تحقيـق هذه المتعة الجمالية فكانت ضعيفة.

ونلاحظ مما سبق أن كلا من الذكور والإناث يتفقون في اختيـار الـبرامج التـي حققـت لهـم متعـة جمالية.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تحقيق برامج التلفزيـون الجزائـري للمتعـة الجماليـة لـدى الذكور والإناث؛ نلاحظ أن كا^2 = 13.63 وهي دالة عند درجة حرية 4؛ مستوى 0.001.

الجدول رقم 217: يبين العلاقة بين برامج الفضائيات العربية التي حققت متعة جمالية لعينة البحث والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
البرامج التلفزيونية المحققة للمتعة الجمالية	**التكرار**	**%**	**التكرار**	**%**	
الأفلام	111	36.27	135	19.48	246
المسلسلات	101	33	275	39.68	376
الإشهار	04	01.30	107	15.44	111
الحصص الفنية والثقافية	90	29.41	176	25.39	266
أخرى	-	00	-	00	00
المحموع	306	100	693	100	999

وبالانتقال إلى الجدول (217) يتضح أن الأفلام التي تبثها الفضائيات العربية قد حققت متعة جمالية للذكور بنسبة 36.27% ؛ تليها المسلسلات بنسبة 33% ؛ ثم الحصص الفنية بنسبة 29.41% ؛ أما الإشهار فكانت نسبته ضعيفة جدا.

وبالنسبة للإناث؛ فإننا نجد أن المسلسلات قد حققت متعة جمالية لديهن بنسبة 39.68%؛ تليها الحصص الفنية والثقافية بتسبة 25.39% ؛ ثم الأفلام بنسبة 19.48%؛ يليها الإشهار بنسبة 15.44%.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تحقيق برامج الفضائيات العربية للمتعة الجمالية لدى كل من الذكور والإناث؛ نلاحظ أن كا^2 = 65.45 وهي دالة عند درجة حرية 3؛ مستوى 0.001.

الجدول رقم 218: يبين العلاقة بين برامج الفضائيات الغربية التي حققت متعة جمالية لعينة البحث والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
البرامج التلفزيونية المحققة للمتعة الجمالية	التكرار	%	التكرار	%	
الأفلام	141	44.33	241	34.23	382
المسلسلات	59	18.55	72	10.22	131
الإشهار	22	06.91	186	26.42	208
الحصص الفنية والثقافية	96	30.18	205	29.11	301
أخرى	-	00	-	00	00
المجموع	318	100	704	100	1022

يتضح من الجدول (218)؛ أن الأفلام التي تقدمها الفضائيات الغربية قد حققت متعة جمالية للذكور؛ بنسبة 44.33%؛ تليها الحصص الفنية والثقافية بنسبة 30.18%؛ ثم تتبعها المسلسلات بنسبة 18.55%؛ أما الإشهار فكانت نسبته ضعيفة.

وبالنسبة للإناث؛ فإننا نلاحظ أن الأفلام قد حققت لديهن متعة جمالية بنسبة 34.23%؛ تليها الحصص الفنية والثقافية؛ بنسبة29.11%؛ ثم الإشهار بنسبة 26.42%؛ أما المسلسلات فكانت نسبة تحقيقها للمتعة الجمالية لدى الإناث ضعيفة.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تحقيق برامج الفضائيات الغربية المتعة الجمالية لدى الذكور والإناث؛ نلاحظ أن $كا^2$= 58.82 وهي دالة عند درجة حرية 3؛ مستوى 0.001.

الجدول رقم 219: يبين البرامج التلفزيونية التي حققت لعينة البحث حاجاتها الجمالية.

القنوات التلفزيونية	برامج التلفزيون الجزائري		برامج الفضائيات العربية		برامج الفضائيات الغربية		المجموع
نوع البرامج التلفزيونية	**التكرار**	**%**	**التكرار**	**%**	**التكرار**	**%**	
الأفلام	246	32.32	170	17.03	308	30.07	724
المسلسلات	136	17.87	330	33.06	148	14.45	614
الإشهار	138	18.13	192	19.23	284	27.73	614
الحصص الفنية والثقافية	241	31.66	304	30.46	284	27.73	829
أخرى	-	00	02	00.20	-	00	02
المجموع	761	100	998	100	1024	100	2783

تعتبر الحاجة الجمالية من بين الركائز الأساس في الحكم الجمالي؛ والقيمة الجمالية أيضا؛ كما تساهم هذه الحاجة الجمالية في صياغة الوعي الجمالي بعد ذلك؛ وبهذا

سنحاول معرفة مدى الدور الذي تلعبه البرامج التلفزيونية في تحقيق الحاجة الجمالية لدى الشباب الجامعي المدروس.إذ يتضح لنا من بيانات الجدول (219)؛ أن الأفلام التي يعرضها التلفزيون الجزائري؛ قد حققت لعينة البحث حاجتها الجمالية بنسبة 32.32%؛ تليها الحصص الفنية والثقافية؛ بنسبة 31.66% ؛ ثم الإشهار؛ والمسلسلات.

أما فيما يخص برامج الفضائيات العربية؛ فقد حققت المسلسلات التي تعرضها هذه الفضائيات الحاجة الجمالية للشباب المبحوث بنسبة 33.06%؛ كما ساهمت الحصص الفنية والثقافية في تحقيق الحاجة الجمالية لأولئك الشباب بنسبة 30.46%؛ يليها الإشهار بنسبة 19.23%؛ ثم الأفلام بنسبة 17.03%.

وأما فيما يخص برامج الفضائيات الغربية؛ فقد حققت أفلامها الحاجة الجمالية لدى الشباب المبحوث بنسبة 30.07%؛ يليها الإشهار والحصص الفنية والثقافية بنسبتين متساويتين؛ 27.73%؛ أما المسلسلات فكانت نسبتها 14.45%.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تحقيق القنوات التلفزيونية الحاجة الجمالية لدى عينة الدراسة؛ نلاحظ أن كا^2 = 166.72 وهي دالة عند درجة حرية 8؛ مستوى 0.001.

الجدول رقم 220: يبين العلاقة بين برامج التلفزيون الجزائري المحققة للحاجة الجمالية والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
البرامج التلفزيونية المحققة للحاجة الجمالية	التكرار	%	التكرار	%	
الأفلام	72	29.62	174	33.60	246
المسلسلات	48	19.75	88	16.98	136

الإشهار	63	25.92	75	14.47	138
الحصص الفنية والثقافية	60	24.70	181	34.94	241
أخرى	-	00	-	00	00
المجموع	243	100	518	100	761

يتضح من الجدول (220)؛ أن الأفلام التي يبثها التلفزيون الجزائري قد حققت الحاجة الجمالية لدى الذكور؛ بنسبة29.62%؛ ثم الحصص الفنية والثقافية بنسبة 24.70%؛ ثم تأتي المسلسلات بنسبة19.75%.

وبالنسبة للإناث؛ فإننا نلاحظ أن الحصص الفنية والثقافية قد حققت الحاجة الجمالية لديهن بنسبة 34.94%. تليها الأفلام؛ بنسبة 33.60%؛ ثم تأتي المسلسلات بنسبة 16.98%؛ يتبعها الإشهار بنسبة 14.47%.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تحقيق برامج التلفزيون الجزائري الحاجة الجمالية لدى الذكور والإناث؛ نلاحظ أن كا^2 = 18.92 وهي دالة عند درجة حرية 3؛ مستوى 0.001.

الجدول رقم 221: يبين العلاقة بين برامج الفضائيات العربية المحققة للحاجة الجمالية والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
البرامج التلفزيونية المحققة للحاجة الجمالية	التكرار	%	التكرار	%	
الأفلام	75	24.76	95	13.66	170
المسلسلات	86	28.38	244	35.10	330
الإشهار	44	14.52	148	21.30	192
الحصص الفنية والثقافية	98	32.34	206	29.64	304
أخرى	-	00	02	00.28	02
المجموع	303	100	695	100	998

وبالانتقال إلى الجدول (221)؛ نرى أن الحصص الفنية والثقافية التي تبثها القنوات الفضائية العربية؛ قد حققت للذكور حاجتهم الجمالية بنسبة 32.34%؛ تليها المسلسلات بنسبة 28.38%؛ ثم الأفلام بنسبة 24.76%؛ يليها الإشهار بنسبة 14.52%.

وفيما يخص الإناث؛ فنلاحظ أن المسلسلات في الفضائيات العربية قد حققت لهن حاجتهن الجمالية بنسبة 35.10%؛ تليها الحصص الفنية بنسبة 29.64%؛ ثم الإشهار بنسبة 21.30%؛ وأخيرا الأفلام بنسبة 13.66%.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تحقيق برامج الفضائيات العربية الحاجة الجمالية لدى الذكور والإناث؛ نلاحظ أن $كا^2$ = 24.46 وهي دالة عند درجة حرية 4؛ مستوى 0.01.

الجدول رقم 222: يبين العلاقة بين برامج الفضائيات الغربية المحققة للحاجة الجمالية والنوع.

النوع	الذكور		الإناث		المجموع
البرامج التلفزيونية المحققة للحاجة الجمالية	التكرار	%	التكرار	%	
الأفلام	113	38.17	195	26.78	308
المسلسلات	31	10.47	117	16.07	148
الإشهار	76	25.67	208	28.57	284
الحصص الفنية والثقافية	76	25.67	208	28.57	284
أخرى	-	00	-	00	-
المجموع	296	100	728	100	1024

وإذا انتقلنا إلى الجدول (222) نرى أن الأفلام التي تقدمها الفضائيات الغربية؛ قد حققت حاجة الذكور الجمالية؛ بنسبة 38.17%؛ ثم يتبعها الإشهار؛ والحصص الفنية والثقافية بنسبتين متساويتين؛ 25.67%؛ أما المسلسلات فكانت مساهمتها في تحقيق حاجة الذكور الجمالية ضعيفة.

وبالنسبة للإناث نلاحظ أن الإشهار؛ والحصص الفنية والثقافية قد حققا حاجة الذكور الجمالية بنسبة 28.57%؛ لكل منهما؛ تليها الأفلام بنسبة 26.78%؛ ثم المسلسلات بنسبة 16.07%.

وبالنظر في دلالة الفروق الموجودة بين تحقيق برامج الفضائيات الغربية؛ الحاجة الجمالية لدى الذكور والإناث؛ نلاحظ أن كا^2 = 15.13 وهي دالة عند درجة حرية 3؛ مستوى 0.001.

ملخص:

لقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج، نقدم أهمها كالآتي:

ـ انجذاب وتفضيل الشباب الجامعي المبحوث للألوان من خلال البرامج التلفزيونية:

استنتجنا في هذا الفصل أن الشباب المبحوث يفضل اللون الأزرق من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية؛ في المقام الأول. ولقد كانت العلاقة الارتباطية بين الألوان الموجودة في التلفزيون ومتغير الجنس قوية، كما كانت العلاقة الارتباطية بين الألوان الموجودة في التلفزيون ومتغير بيئة النشأة قوية أيضا.

استنتجنا أن للتلفزيون دورا إيجابيا في صياغة ثقافة في مجال تفضيل واستخدام الألوان لدى الشباب المبحوث؛ إذ كانت اختبارات معامل "سبيرمان" لارتباط الرتب دالة على وجود علاقة قوية بين الألوان الموجودة في البرامج التلفزيونية، وتفضيلات وانجذاب الشاب الجامعي لهذه الألوان. **وبهذا تكون الفرضية الثالثة قد تحققت.**

ـ الجماليات التي شكلتها البرامج التلفزيونية لدى عينة البحث:

استنتجنا أن الجماليات التي شكلتها القنوات التلفزيونية هي الجماليات المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل أولا، والجماليات المتعلقة بطرق التزيين ثانيا، ثم الجماليات المهتمة بكيفيات اللباس ثالثا.

وبالنسبة لدور كل قناة تلفزيونية في تشكيل الجماليات لدى عينة البحث استنتجنا أن التلفريون الجزائري قد شكل الجماليات التي تهتم بطرق التزيين أولا.

كما أن القنوات الفضائية العربية؛ قد شكلت لدى عينة البحث الجماليات المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل أولا.

أما القنوات الغربية؛ فقد شكلت لدى عينة البحث الجماليات المتعلقة بطرق ترتيب أثاث المنزل، والجماليات المتعلقة بطرق استخدام الألوان أولا.

ولقد كانت الفروق في تشكيل التلفزيون للجماليات لدى المبحوثين، في علاقتها بمتغيرات الجنس، وبيئة النشأة، والمؤسسة الجامعية، دالة إحصائيا؛ **وهذا يدل على تحقق الفرضية الرابعة.**

ـ الشخصيات التلفزيونية وعملية الانجذاب الجمالي:

توصلنا في دراستنا هذه إلى أن الشباب المبحوث؛ انجذب جماليا إلى الشخصيات الفكاهية، ومقدمي الأخبار، والمنشطين الرياضيين، ومنشطي الحصص، والشخصيات الدينية، والشخصيات الدرامية، والشحصيات الفنية.

ولقد استنتجنا أن الذكور قد فضلوا في المرتبة الأولى شخصيتين؛ مقدم حصة رياضية (حفيظ دراجي)، ومقدم نشرة الأخبار (كريم بوسالم)، كما فضل هؤلاء الذكور في المرتبة الثانية مقدمة الأخبار خديجة بن قنة، وانجذب هؤلاء الذكور إلى شخصيتين فكاهيتين في المرتبة الثالثة؛ هما عادل إمام وصالح أوقروت.

وبهذا كانت الشخصيات التلفزيونية التي جذبت الذكور إليها جماليا هي: مقدم حصة رياضية بالتلفزيون الجزائري، مقدم نشرة الأخبار بالتلفزيون الحزائري، ومقدمة الأخبار بقناة الجزيرة، وشخصيتين فكاهيتين.

كما استنتجنا أن الإناث انجذبن إلى شخصية الداعية (عمرو خالد) في المرتبة الأولى، ومقدم الأخبار (كريم بوسالم) في المرتبة الثانية، ومقدمة الأخبار (خديجة بن قنة) في المرتبة الثالثة.

وبهذا كانت الشخصيات التلفزيونية التي جذبت الإناث إليها هي: مقدم حصة دينية (عمرو خالد)، مقدم الأخبار بالتلفزيون الجزائري، ومقدمة الأخبار بقناة الجزيرة.

ولقد فسرنا هذا الانجذاب الجمالي، وذلك التفضيل الجمالي، بامتداد الجمل إلى أشياء أخرى غير مرئية في تأسيس الحكم الجمالي لدى الذكور والإناث، كطريقة عرض وقراءة الأخبار، والجوانب الفكاهية والمضحكة في الشخصيتين الفكاهيتين. كما فسرنا هذا الانجذاب (الشخصية الدينية) بتخطي الجماليات الشكلية إلى جمال الصورة الباطنة داخل المتلقي.

وبهذا تكون الفرضية الخامسة قد تحققت جزئيا.

ـ تحقيق البرامج التلفزيونية الحاجة والمتعة الجماليتين:

استنتجنا من خلال تناولنا هذا العنصر أن التلفزيون يساهم في تحقيق المتعة والحاجة الجماليتين لدى المبحوثين.

كما توصلنا إلى أن الفروق الموجودة بين تحقيق البرامج التلفزيونية الحاجة والمتعة الجماليتين لدى الذكور والإناث؛ كانت دالة إحصائيا.

الاستنتاجات العامة:

1 – عادات وأنماط المشاهدة التلفزيونية:

ـ يستوي كل من الذكور والإناث في مشاهدتهم لبرامج التلفزيون الجزائري ($كا^2$ غير دالة إحصائيا).

ـ الطلبة ذوو الأصول الريفية هم الأكثر مشاهدة لبرامج التلفزيون الجزائري (أحيانا ودائما) من زملائهم الذين هم من المدينة.

ـ تفضل الإناث (القناة الأرضية، canal algérie، والفضائية الثالثة) أكثر من تفضيل الذكور لهذه القنوات.

ـ يفضل الذكور مشاهدة (الأخبار، والرياضة، والحصص الفنية والثقافية)، كما تفضل الإناث مشاهدة (الحصص الفنية والثقافية، المسلسلات، الأخبار).

ـ تفضل الإناث مشاهدة البرامج الجزائرية والعربية والغربية بالتلفزيون الجزائري؛ أكثر من مشاهدة الذكور لهذه البرامج.

ـ يفضل المبحوثون الذين هم من الريف مشاهدة البرامج الجزائرية في التلفزيون الجزائري، أما المبحوثون الذين هم من المدينة فيفضلون مشاهدة البرامج العربية؛ والبرامج الغربية بالتلفزيون الجزائري.

ـ تفضل الإناث مشاهدة برامج الفضائيات أكثر من الذكور.

ـ يفضل الذكور والإناث مشاهدة الفضائيات العربية أكثر من مشاهدة الفضائيات الغربية.

ـ يفضل المبحوثون الذين هم من الريف والمدينة مشاهدة الفضائيات العربية أكثر من مشاهدة الفضائيات الغربية.

ـ يفضل طلبة جامعة سيدي بلعباس مشاهدة القنوات العربية والغربية، إلا أن طلبة جامعة ورقلة يفضلون مشاهدة القنوات العربية فقط 94.12%، كما يفضل طلبة جامعة جيجل كلهم مشاهدة القنوات العربية، أما طلبة جامعة الجزائر فيفضلون مشاهدة القنوات العربية.

ـ يفضل الذكور مشاهدة القنوات العربية الآتية: الجزيرة، العربية، قناة MBC، في حين تفضل الإناث مشاهدة قناة إقرأ، الجزيرة، MBC.

ـ يفضل الذكور مشاهدة القنوات الغربية الآتية: قناة TF1، M6، +Canal، وتفضل الإناث مشاهدة TF1، M6، TV5، F2.

ـ يفضل المبحوثون الذين هم من الريف مشاهدة TF1، M6، F2، TV5 في المراتب الأربع الأولى.

ـ يفضل طلبة الجامعات الأربع مشاهدة قناة TF1، وقناة M6.

ـ يفضل الذكور مشاهدة البرامج الدينية والأخبار والرياضة في القنوات العربية، وتفضل الإناث مشاهدة البرامج الفنية والثقافية؛ والمسلسلات العربية؛ والبرامج الدينية في القنوات العربية.

ـ يفضل الذكور مشاهدة الأفلام والأخبار والبرامج العلمية والبرامج الفنية والثقافية، وتفضل الإناث مشاهدة البرامج العلمية والأفلام والبرامج الفنية والثقافية في القنوات الغربية.

2 - مفاهيم الشباب المبحوث للقيم الجمالية:

ـ لا تشكل معايير المجتمع في الحكم على الجميل أهمية لدى الذكور، بينما تعطي الإناث أهمية لهذه المعايير في حكمهن على الجميل.

ـ لا تشكل معايير المجتمع في الحكم على الجميل أهمية لدى مبحوثي الريف، بينما يعطيها مبحوثو المدينة أهمية في حكمهم على الجميل.

ـ لم يركز الذكور على معايير المجتمع في حكمهم على القبيح، بينما ركزت الإناث على هذه المعايير في حكمهن على القبيح.

ـ يرتبط الجليل لدى الذكور والإناث بوجود قوة تخرج الجميل من صفته لتدخله في صفة الجلال.

ـ يرتبط التراجيدي لدى الشباب المبحوث بالمشاركة والاندماج في الشيء التراجيدي.

ـ لا يشكل الاستهزاء والتهكم في الهزلي أهمية كبيرة لدى الشباب المبحوث.

ـ يركز المبحوثون الشباب في فهمهم للفكاهي على نقد الحياة الاجتماعية بفكاهة وضحك.

3 – دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية:

ـ أجمع الشباب المبحوث على أن القيمة الجمالية الأكثر تشكيلا لديهم؛ نتيجة مشاهدة برامج التلفزيون هي قيمة الفكاهي والمضحك، وهذا يدل على الدور الذي يقوم به التلفزيون في مجال الفكاهة والضحك.

ـ كان دور التلفزيون دورا إيجابيا في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب لجامعي المبحوث؛ وهذا يلتقي مع الدراسات الإعلامية الجزائرية التي توصلت إلى أن وسائل الإعلام تؤثر في قيم الجمهور.

ـ يشكل التلفزيون قيمة الجميل لدى الإناث أكثر من تشكيلها لدى الذكور.

ـ يشكل التلفزيون قيمة الجميل لدى مبحوثي المدينة أكثر من تشكيلها لدى مبحوثي الريف.

ـ لا ترتبط عملية تشكيل قيمة الجميل لدى الشباب المبحوث بكثافة المشاهدة التلفزيونية وحجمها.

ـ تشكل الحصص الفنية والثقافية قيمة الجميل لدى الشباب المبحوث أكثر من البرامج الأخرى.

ـ يشكل الإشهار والأفلام في القنوات الفضائية الغربية قيمة الجميل لدى الشباب المبحوث أكثر من القنوات الأخرى.

ـ تشكل المسلسلات في القنوات العربية قيمة الجميل لدى الشباب المبحوث أكثر من القنوات الأخرى.

ـ تشكل المسلسلات التي يبثها التلفزيون الجزائري قيمة الجميل لدى الشباب المبحوث أكثر من القنوات الأخرى.

ـ شكل التلفزيون خاصية مراعاة مقاييس الجمال لدى الشباب المبحوث؛ وهي الأكثر تشكيلا لدى الذكور منها لدى الإناث.

ـ شكل التلفزيون خاصية الإمتاع والراحة النفسية، وخصائص مراعاة مقاييس الجمال، ومراعاة الموضة، وطريقة استخدام الألوان لدى الشباب الذين هم من المدينة.

ـ شكل التلفزيون خاصية التناسق والإيقاع، وطرق استخدام الألوان، والصوت لدى الشباب الذين هم من الريف.

ـ شكل التلفزيون مراعاة مقاييس الجمال، والإمتاع والراحة النفسية، وطريقة استخدام الصوت، لدى طلبة جامعة ورقلة أكثر من تشكيلها لدى طلبة الجامعات الأخرى.

ـ شكل التلفزيون خاصية استخدام الألوان لدى طلبة جامعة الجزائر أكثر من تشكيلها لدى طلبة الجامعات الأخرى.

ـ تعتبر القنوات العربية هي الأكثر تعريفا بخصائص وصفات الجميل لدى الشباب المبحوث من القنوات الأخرى، وهي بهذا تعتبر المصدر الأساس في التعريف بقيمة الجميل لدى المبحوثين.

ـ تعتبر القناة الوطنية الأكثر ترسيخا لخصائص وصفات الجميل أكثر من القنوات الأخرى.

ـ تعتبر القنوات الغربية هي الأكثر تغييرا لخصائص وصفات الجميل لدى الشباب من القنوات الأخرى.

ـ يشكل التلفزيون قيمة القبيح لدى الذكور أكثر من تشكيلها لدى الإناث.

ـ يشكل التلفزيون قيمة القبيح لدى مبحوثي الريف أكثر من تشكيلها لدى مبحوثي المدينة.

ـ لا ترتبط عملية تشكيل التلفزيون لقيمة القبيح لدى المبحوثين بكثافة وحجم مشاهدتهم برامج التلفزيون.

ـ تشكل الأفلام قيمة القبيح لدى الشباب المبحوث أكثر من البرامج الأخرى.

ـ تشكل الأفلام التي تبثها القنوات الغربية قيمة القبيح لدى الشباب أكثر من البرامج الأخرى.

ـ تشكل المسلسلات التي تقدمها الفضائيات العربية قيمة القبيح لدى الشباب أكثر من البرامج الأخرى.

ـ تشكل الحصص الفنية والثقافية التي يقدمها التلفزيون الجزائري قيمة القبيح لدى الشباب أكثر من البرامج الأخرى.

ـ شكل التلفزيون خاصية القبيح المتعلقة بالاشمئزاز والنفور لدى الذكور أكثر من الإناث.

ـ شكل التلفزيون خاصية القبيح لمتعلقة بغياب التناسق والإيقاع وعدم التوفيق في طريقة استخدام الألوان والصوت، وما لا يراعي مقاييس الجمال لدى مبحوثي الريف، أكثر من تشكيله لها لدى مبحوثي المدينة.

ـ شكل التلفزيون خاصية القبيح المتعلقة بما لا يتماشى مع الموضة وما يبعث على الاشمئزاز لدى مبحوثي المدينة أكثر من مبحوثي الريف.

ـ تعتبر القنوات العربية المصدر الأساس في تشكيل خصائص وصفات القبيح لدى الشباب المدروس.

ـ كما تعتبر القنوات العربية المصدر الأساس في تغيير ما كان موجودا لدى الشباب الجامعي من صفات عن القبيح.

ـ قرّب التلفزيون في تشكيله قيمة الجليل بين الذكور والإناث، وبين المبحوثين الذين هم من الريف والمدينة.

ـ شكلت الحصص الفنية والثقافية في القنوات التلفزيونية قيمة الجليل لدى الشباب المبحوث أكثر من البرامج الأخرى.

ـ تشكل الأفلام والمسلسلات التي يقدمها التلفزيون الجزائري قيمة الجليل لدى الشباب المحوث أكثر من القنوات الأخرى.

ـ يشكل الإشهار والحصص الفنية واثقافية؛ في الفضائيات الغربية قيمة الجليل لدى الشباب أكثر من القنوات الأخرى.

ـ شكل التلفزيون خاصية الخروج عن المألوف والإحساس بالفرح؛ والخوف؛ والاضطراب لدى الذكور والإناث، وكان الذكور الأكثر تعريفا بها.

ـ شكلت البرامج التلفزيونية خصائص وصفات الجليل المتعلقة باستخدام الألوان بطريقة رائعة غير مألوفة، والإحساس بالفرح والخوف والاضطراب لدى مبحوثي الريف، أكثر من مبحوثي المدينة.

ـ شكلت البرامج التلفزيونية خصائص وصفات الجليل المتعلقة بالتناسق، والإيقاع، البالغين الحد الأقصى لدى مبحوثي المدينة أكثر من مبحوثي الريف.

ـ تعتبر القناة الوطنية المصدر الأساس في تعريف وتشكيل خصائص جديدة عن الجليل، وتعتبر القنوات العربية المصدر الأساس في تأكيد وترسيخ ما كان موجودا من صفات عن الجليل لدى الشباب المبحوث.

ـ تعتبر القنوات الغربية المصدر الأساس في تغيير ما كان موجودا عن الجليل لدى الشباب المبحوث.

ـ سوّى التلفزيون في تشكيله التراجيدي والهزلي بين الذكور والإناث، وبين المبحوثين الذين هم من الريف والمدينة.

ـ شكلت الحصص الفنية والثقافية؛ التراجيدي والهزلي لدى الشباب المبحوث أكثر من البرامج الأخرى.

ـ تشكل الحصص الفنية والثقافية التي تقدمها القنوات الغربية التراجيدي والهزلي لدى المبحوثين أكثر من القنوات الأخرى

ـ تشكل الأفلام في التلفزيون الجزائري التراجيدي والهزلي لدى المبحوثين أكثر من القنوات الأخرى.

ـ تشكل المسلسلات في القنوات العربية التراجيدي والهزلي لدى المبحوثين أكثر من القنوات الأخرى.

ـ سوّت البرامج التلفزيونية بين الذكور والإناث في تشكيل التراجيدي والهزلي لديهم (التعاطف مع التراجيدي، المأساوي من خلال مشاهدة التلفزيون، والمزاح والتهكم والسخرية).

ـ شكلت البرامج التلفزيونية صفات التراجيدي التي هي التعاطف مع التراجيدي المأساوي؛ من خلال مشاهدة التلفزيون لدى مبحوثي الريف، أكثر من مبحوثي المدينة.

ـ شكلت البرامج التلفزيونية صفات التراجيدي التي هي المزاح والتهكم والسخرية لدى مبحوثي المدينة، أكثر من مبحوثي الريف.

ـ سوّت البرامج التلفزيونية في تشكيلها لصفات وخصائص التراجيدي والهزلي بين طلبة الجامعات الأربع.

ـ كان دور التلفزيون في تشكيل الفكاهي والمضحك إيجابيا لدى كل من الذكور والإناث، وشكل هذا التلفزيون هاتين القيمتين لدى الإناث أكثر من الذكور.

ـ شكل التلفزيون قيمتي الفكاهي والمضحك لدى مبحوثي الريف أكثر من تشكيلها لدى مبحوثي المدينة.

ـ تساهم الحصص الفنية والثقافية في تشكيل الفكاهي والمضحك لدى الشباب المبحوث أكثر من البرامج الأخرى.

ـ تشكل الحصص الفنية والثقافية في الفضائيات الغربية الفكاهي والمضحك لدى الشباب أكثر من القنوات الأخرى.

ـ تشكل المسلسلات في الفضائيات العربية الفكاهي والمضحك لدى الشباب أكثر من القنوات الأخرى.

ـ تشكل الأفلام في التلفزيون الجزائري الفكاهي والمضحك لدى الشباب أكثر من القنوات الأخرى.

ـ شكل التلفزيون خاصية الفكاهي والمضحك التي هي نقد الواقع بفكاهة وضحك لدى الذكور أكثر من الإناث.

ـ شكل التلفزيون خاصية الفكاهي والمضحك؛ التي هي الضحك من واقعنا السلبي، والضحك من العيوب الموجودة في الناس الآخرين؛ لدى مبحوثي المدينة، أكثر منها لدى مبحوثي الريف.

ـ شكل التلفزيون خاصية الفكاهي والمضحك؛ التي هي نقد الواقع بفكاهة وضحك؛ لـدى مبحـوثي الريف، أكثر منها لدى مبحوثي المدينة.

ـ يفضل المبحوثون كلهم اللون الأزرق من خلال البرامج التلفزيونية.

ـ ينجذب الشباب المبحوث إلى الألون الموجودة في التلفزيون.

ـ كانت هناك علاقة ارتباطيه قويـة بـين الألـوان الموجـودة في التلفزيـون ومتغـيري الجـنس وبيئـة النشأة.

ـ ساعدت البرامج التلفزيونية الشباب المدروس على تكوين ثقافة في مجال استخدام الألوان.

ـ يرتبط استخدام الشباب للألوان في الحياة اليومية؛ كما في التلفزيون تماشيا مع الموضة.

ـ شكل التلفزيون الجزائري الجماليات الخاصة بالتزيين واللباس وطرق ترتيب أثاث المنـزل وتقليـد الموضة لدى الإناث.

ـ شكل التلفزيون الجزائري الجماليـات الخاصـة بمزاوجـة الألـوان وتنـسيقها والجماليـات الخاصـة بطرق قص الشعر وحلاقته، لدى مبحوثي المدينة أكثر من تشكيها لدى مبحوثي الريف.

ـ شكلت الفضائيات العربية الجماليات المتعلقة باللباس، وترتيـب أثـاث المنـزل، ومزاوجـة الألـوان لدى الذكور، أكثر من الإناث، وشكلت هذه الفضائيات جمالية طرق التزيين، وتقليـد الموضـة لـدى الإنـاث أكثر من الذكور.

ـ كما شكلت الفضائيات الغربية الجماليات المتعلقة بمزاوجة الألوان وتنسيقها، وترتيب أثاث المنزل لدى لذكور أكثر من الإناث، وشكلت هذه الفضائيات الجماليـات المتعلقـة بطـرق التـزيين، واللبـاس لـدى الإناث أكثر من الذكور.

ـ شكل التلفزيون الجزائري الجماليات المتعلقة باللباس وطرق ترتيب أثاث المنزل لدى مبحوثي الريف، كما شكل هذا التلفزيون جماليات تقليد الموضة ومزاوجة الألوان وتنسيقها وطرق قص الشعر لدى مبحوثي المدينة.

ـ شكلت الفضائيات العربية جماليات طرق التزيين لدى مبحوثي المدينة، وجماليات طرق اللباس وطرق ترتيب أثاث المنزل لدى مبحوثي الريف.

ـ شكلت الفضائيات الغربية الجماليات الخاصة بطرق التزيين والجماليات الخاصة بطرق اللباس واستعمال الألوان؛ وجماليات قص الشعر لدى مبحوثي الريف؛ وشكلت جماليات ترتيب أثاث المنزل وجمايات تقليد الموضة لدى مبحوثي المدينة.

ـ انجذب الذكور إلى جمال مقدم حصة رياضة بالتلفزيون الجزائري، ومقدم نشرة الثامنة بهذا التلفزيون، كما انجذب هؤلاء الذكور إلى جمال مقدمة الأخبار بقناة الجزيرة، وجمال شخصيتين فكاهيتين.

ـ انجذبت الإناث إلى شخصية دينية بقناة الجزيرة كما انجذبن إلى شخصية مقدم الأخبار بالتلفزيون الجزائري، وإلى شخصية مقدمة الأخبار بقناة الجزيرة.

ـ حققت البرامج التلفزيونية كلها المتعة الجمالية، والحاجة الجمالية لدى الشباب المبحوث.

ـ يعتبر التلفزيون وسيلة هامة في تشكيل وصياغة الجانب القيمي الجمالي لدى الشباب الجامعي المدروس أثناء القيام بالبحث الميداني.

وهذا لا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة "بلقاسم بن روان" من كون عينة بحثه لم تهتم بالقيم الجمالية.

المــــراجع

1- الدرويش، صالح بن عبد الـلـه، الأمر بـالمعروف والنّهـي عـن المنكـر وواقـع المـسلمين اليـوم، دار الوطن 1412هـ

2- القصير، عبد الـلـه بن صالح، تذكرة أولي الفكـر بـشعيرة الأمـر بـالمعروف والنّهـي عـن المنكـر، دار الوطن 1411هـ

3- العودة، سلمان بن فهد، حتى لا تغرق السفينة، دار الوطن 1999م.

4- توفيق الواعي، الدّعوة إلى الـلـه، دار اليقين، 1995م.

5- السلطان، ناجي بن دايل، دليل الدّاعية، دار طيبة الخضراء، 1999م.

6- بهاء الدين عقيل ود. عبد العزيز مصطفى، رياض الدعاة والمصلحين، دار طيبة 2005م.

7- العلوان، عبد الـلـه بن صالح، سلسلة مدرسة الدعاة، دار السلام 2001م.

8- غلوش، أحمد أحمد، السيرة النبوية والدعوة في العهد المكي، مؤسسة الرسالة 2003م.

9- حبنكة، عبد الرحمن حسن، فقه الدعوة إلى الـلـه، دار القلم 2004م.

10-العموش، بسام، فقه الدعوة، دار النفائس 2005م.

11-الراجحي، عبد العزيز، القول البين الأظهر في الدعوة إلى الـلـه والأمر بالمعروف والنّهي عـن المنكـر، الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنّهي عن المنكر، الإدارة العامة للتّوعية والتّوجيه 1411هـ

12-البيانوني، محمد أبو الفتح المدخل إلى علم الدّعوة، مؤسّسة الرسالة 1991م.

13 أحمد أبو زيد، منهاج الداعية، رابطة العالم الإسلامي، 1414هـ

14-الحوشاني، عبد الـلـه بن رشيد، منهج ابن تيمية في الدّعوة، دار إشبيليا 1996م.

15-الحربي، علي بن جابر، منهج الدعوة النبوية في المرحلة المكية، الزهراء للإعلام العربي 1986م.

16-الفوزان، صالح بن فوزان، الإرشاد إلى صحيح الاعتقاد والرد على أهل الشرك والإلحاد، دار ابن خزيمة 1999م.

17-العواجي، غالب بن علي، الحياة الآخرة ما بين البعث إلى دخول الجنة والنار، دار ومكتبة لينة 1417هـ

18-الأشقر، عمر سليمان الرسل والرسالات، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة 2005م.

19-ابراهيم إمام. الاعلام الاسلامي المرحلة الشفهية. ط1. 1980. مكتبة الانجلو المصرية. القاهرة.

20-د ابراهيم امام. الاعلام والاتصال بالجماهير. ط1. 1969م. مكتبة الانجلو المصرية. القاهرة.

21-د زيدان عبدالباقي. وسائل واساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والادارية والاعلامية. ط2. 1979م. مكتبة النهضة المصرية/القاهرة.

22-سهيلة زين الدين حماد. الاعلام في العالم الاسلامي، الواقع، المستقبل. ط1. 2003م. مكتبة العبيكان الرياض.

23- د فاروق خالد الحسنات. الاعلام والتنمية المعاصرة. ط1.2011م. دار اسامه للنشر والتوزيع. عمان

24-فايز القضاة. الاعلام ومسؤوليته الوطنية. بحث غير منشور. قسم الدراسات والارشيف. الاذاعة الاردنية.

25-محمد إبراهيم نصر. الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمايتها. ط1. 1398هـ دار اللواء للنشر والتوزيع. الرياض.

26-أ.د محمد منير حجاب. الاعلام الاسلامي، المبادئ، النظرية، التطبيق. ط2. 2003م. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة.

27-ويلبر شرام. ترجمة اديب يوسف شيش. وسائل الاعلام والتنمية القومية. "د.ط" " د.ت" " د.ن"

28-سلسلة الكتاب الذهبي"7". دور وسائل الاعلام في التوجيه والتثقيف والتوعية تصدر عن دار الناس للصحافة والنشر والتوزيع " ناس برس " عمان.

29-أبو خلدون ساطع الحصرى – أراء وأحاديث في العلم ة الأخلاق والثقافة – مركز دراسات الوحدة العربية ط 2 - 1985م.

30-تركي الحمد–الثقافة العربية إمام تحديات التغيير– دار الساقي- بيروت - ط 1 – 1993.

31-أبحاث ندوة عمان, الأردن ديسمبر 1993 – وحدة الثقافة العربية – شركة ماهر الكيالى – عمان ط 1- 1995.

32-ا.د. سمير إبراهيم حسن – الثقافة والمجتمع – دار الفكر- دمشق ,سوريا ط 1 2007.

33-جابر عصفور – نحو ثقافة عربية مغايرة – الدار المصرية اللبنانية – القاهرة ط1 2008.

34-الدكتور منصور زويد المطيري: العولمة في بعدها الثقافي، مجلة كلية الملك خالد العسكرية، العدد 58، صفر 1420هـ ـ مايو 1999م، ص 33.

35-د. أحمد عثمان التويجري: الدين والعولمة، المجلة العربية، العدد 273، شوال 1420هـ ـ فبراير 2000م، ص 38.

36-بربر علوي السادة: العولمة طريق الهيمنة، مجلة الوعي الإسلامي، العدد 409، رمضان 1420هـ ـ ديسمبر 1999م / يناير 2000م، ص 6.

37-محمد عابد الجابري: العولمة والهوية الثقافية.. عشر أطروحات، مجلة المستقبل العربي، العدد 248، أكتوبر 1999م، ص 15.

38-د. أحمد شلبي: العولمة، مجلة المنهل، العدد 557، المحرم 1420هـ ـ أبريل / مايو 1999م، ص 46.

39-عبد العظيم حماد (مساعد رئيس تحرير صحيفة الأهرام المصرية): سلسلة كتاب المعرفة (7)، نحن والعولمة.. من يربي الآخر، بعنوان: الاتجاهات المضادة للعولمة، روناء للإعلام المتخصص، الرياض، رجب 1420هـ ـ أكتوبر 1999م.

40-تقرير التنمية البشرية لعام 1997م: منشور لحساب برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، مجلة الاجتهاد، العدد 38، السنة العاشرة، شتاء العام 1418هـ ـ 1998م، ص 71.

41-د. جمال الدين عطية، العولمة، مجلة المسلم المعاصر، العدد 90، السنة الثالثة والعشرون، رجب / شعبان / رمضان 1419هـ ـ نوفمبر / ديسمبر 1999م، ص 5.

42-سهيلة زين العابدين حماد: المرأة المسلمة ومواجهة تحديات العولمة، مجلة المنهل ـ الإصدار السنوي الخاص، شوال / ذو القعدة 1420هـ ـ يناير / فبراير 2000م، ص 84 ـ 89.

43-نفس المصدر، والصفحات.

44-د. جمال الدين عطية، المصدر السابق، ص 6 ـ 10.

45-د. عبد الرحمن يسري: نحو سياسة اقتصادية موحدة للعالم الإسلامي في مواجهة العولمة، مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد 217، ربيع الآخر 1420هـ ـ يوليو 1999م، ص 56.

46-أحمد ثابت: العولمة والخيارات المستقلة، مجلة المستقبل العربي، العدد 248، تشرين الأول / أكتوبر 1999م، ص 19.

47-محمد نجيب الصرايرة: التدفق الإخباري الدولي.. مشكلة توازن أم اختلاف مفاهيم، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد الأول، المجلد السابع عشر، ربيع 1989م، ص 240.

48-هدى العشاوي: جناية القنوات الفضائية على القراءة عند الأطفال، المجلة العربية، العدد 231، السنة العشرون، ربيع الآخر 1417هـ ـ أغسطس / سبتمبر 1996م، ص 58. بتصرف.

49-انظر الدكتور راسم الجمال: مقدمة في وسائل الاتصال.. الأقمار الصناعية ووظائفها الاتصالية، مكتبة مصباح، جدة، الطبعة الأولى، 1409هـ ـ 1989م، ص 173.

50-أ. د. أحمد فؤاد باشا: التقدم العلمي في ظل العولمة والنموذج الإسلامي لتفاعل الحضارات، مجلة الموقف، العدد 141، يوليو 1999م ـ ربيع الأول 1420هـ ص 43.

51-انظر محمد نجيب الصرايرة: مرجع سابق، ص 246. وانظر مظفر مندوب: جهاز تلفزيون الخليج ودوره في الحد من ظاهرة التدفق الإعلامي من الخارج، مجلة التوثيق الإعلامي، العدد الرابع، المجلد الأول، السنة الأولى، 1402هـ ـ 1982م، ص 74.

52-د. زيد بن عبد المحسن الحسين: بين بيع الوهم.. وتأصيل الفهم، مجلة الفيصل، العدد 256، شوال 1418هـ ـ فبراير 1998م، ص 6.

53-د. سوزان أحمد القليني: الاختراق الإعلامي الأجنبي في الوطن العربي، مجلة شؤون عربية، مصدر سابق، ص 70.

54-جيهان أحمد رشتي: الإعلام الدولي بالراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985م، ص 376، بتصرف.

55-د. عواطف عبد الرحمن: قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، سلسلة دار المعرفة 78، مطابع دار الرسالة، الكويت، رمضان 1404هـ / يونيو 1984م، ص 74.

56-حنان أحمد سليم "التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية وعلاقتة بالهوية الثقافية لدي الشباب الجامعي " المجلة المصرية لبحوث الإعلام – العدد الخامس والعشرون -يوليو /ديسمبر 2005) ص11

57-سها فاضل "العلاقة بين التعرض للصحف المصرية والوعي بقضية الإرهاب الدولي لدي الشباب الجامعي " المجلة المصرية لبحوث الرأي العام –العدد العشرون "مرجع سابق "ص187

58-محمد سيد هلال: "دور القنوات الفضائية فى إمداد الجاليات العربية فى مصر بالمعلومات السياسية " مجلة الفن الإذاعى – العدد 189,يناير 2008 ص 139

59-وفاء عبد الخالق ثروت "العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوي معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية علي العراق في إطار نظرية فجوة المعرفة " المجلة المصرية لبحوث الرأي العام – العدد العشرون – يوليو/ سبتمبر 2003) ص65.

60-محمد غريب: "دور البرامج الدينية بالقنوات الفضائية العربية في التثقيف الديني لدي طلاب الجامعات"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام , المجلد السادس – العدد الثاني – يونيو /ديسمبر 2005), ص395

61-حول مفهومي الثبات والصدق واهميتهما وكيفية تحقيقهما أنظر:

62-محمد الوفائي، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والاعلامية القاهرة: مكتبة الانجلو 1989 ص ص 150 – 165

63-أنظر أيضا - فوزي غرايبة واخرون، اساليب البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية (عمان: دار الثقة للنشر والتوزيع، 2001)

64-علي مصطفي بن الاشهر "دور وسائل الاعلام في احياء التراث العلمي العربي الاسلامي " في، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الإعلام العربي والجمهور، تونس، 1994 ص 12

65-طارق محمد محمد الصعيدي "دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الإعلامي لدي تلاميذ المرحلة الإعدادية " رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعةالقاهرة: كلية الإعلام، 2005) ص 28

66-محمود عرابي " تأثير العولمة على ثقافة الشباب " دراسة ميدانية (القاهرة:الدار الثقافية للنشر: د ن) ص 29

67-إبراهيم مبارك الجوير الشباب وقضاياه المعاصرة (الرياض: مكتبة العبيكان, 1994) ص 15

68-مصطفي المصمودي، " النظام الاعلامي الجديد علي مفترق الطرق " بحث مقدم إلى مؤتمر الاتصال والدبلوماسية بين الاعلام والسياسة في القرن الحادي والعشرين، المنعقد في عمان الاردن من 6-8 / 1997 ص 103

69-محمد إبراهيم مبروك الإسلام والعولمة (القاهرة: دار الجهاد للطباعة والنشر والتوزيع, 1999) – ص101.

70-سحر هاشم عز الدين "عولمة البث المباشر وعلاقتها بالبناء القيمى فى المجتمع المصرى" رسالة دكتوراة غير منشورة – (جمهورية مصر العربية: كلية الاداب جامعة سوهج 2004) ص176.

71-مروان كجك: الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، دار الكلمة الطيبة، القاهرة، ص 90.

72-إبراهيم مصحب الدليحي: التلفزيون ومشاهدوه من وجهة نظر العلوم الاجتماعية، مجلة التوثيق الإعلامي، بغداد، العدد 2، 1401هـ ـ 1981م، ص52- 53.

73-روث أنجلس (أستراليا) ومجموعة من الباحثين: ترجمة وإعداد أديب خضور، التلفزيون والأطفال، المكتبة الإعلامية، دمشق، الطبعة الأولى، 1990م، ص 100.

74-نفس المصدر، ص 102.

75-سورة البقرة: الآية 96.

76-النقيب / زايد الشهري: الغزو الإعلامي للدول النامية، مجلة الحرس الوطني ـ المملكة العربية السعودية، العدد 91، السنة الحادية عشر، رمضان 1410هـ ـ أبريل 1990م، ص 51.

77-الدكتور / بلقاسم محمد الغالي: مواجهة تحديات العولمة بالإسلام، مجلة منار الإسلام، العدد 11، ذو القعدة 1419هـ ـ 17 فبراير 1999م، ص 14.

78-روث أنجلس ومجموعة من الباحثين: ترجمة أديب خضور، مصدر سابق، ص 100.

79-د. محمود شمال حسن: بث برامجي أم تشكيل نسق قيمي.. دراسة الأنساق القيمية المترتبة على البث الفضائي في المجتمع العربي، مجلة شؤون عربية، العدد 97، مارس 1999م ـ ذو القعدة 1419هـ ص 48 ـ 50.

80-مجذوب بخيت محمد توم: تأثير القنوات الفضائية العربية على اتجاهات الرأي العام العربي ـ دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة الفضائية، رسالة دكتوراة مقدمة لجامعة أمدرمان الأسلامية، 2002 م.

81-الدكتور / محمد عبد الملك المتوكل: دور الإعلام في التنمية في الجمهورية العربية اليمنية، مجلة دراسات يمنية، العدد الرابع عشر، ديسمبر 1983م ـ ربيع الآخر 1404هـ ص 153 ـ 159.

82- UNESCO Year Book: www.unesco.org (موقع اليونسكو)

83-خالد أبو الفتوح: العولمة حلقة في تطور آلات السيطرة، مجلة البيان، العدد 136، ذو الحجة 1419هـ ص 99، بتصرف.

84-محمد عبد الله سيدي: كيف نتعامل مع البث التلفزيوني المباشر، مجلة الأمن والحياة، العدد 96، السنة التاسعة، ذو القعدة 1410هـ ـ مايو / يونيو 1990م، ص 10ـ15.

85-الدكتور / نبيل السمالوطي: المجتمع الإسلامي وقضية البث المباشر.. الاشكالات وسبل المواجهة، مجلة منار الإسلام العدد 5، جمادى الأولى 1420هـ ـ أغسطس 1999م، ص 78 ـ 79.

86-حمود السديس: من توصيات ندوة دور التربية في مواجهة الآثار السلبية المتوقعة للبث التلفزيوني الأجنبي المباشر، مجلة التعاون، العدد 39، السنة العاشرة، ربيع الآخر 1416هـ ـ سبتمبر 1995م، ص 250.

87-عبد الرحمن محمد القحطاني: الاتصال والإعلام العسكري، المؤلف، الرياض، الطبعة الأولى، 1415هـ ـ 1995م، ص 31

88-إسماعيل علي محمد، "الغزو الفكري في وسائل ثقافة الطفل المسلم "، ط (1)، دار الكلمة، مصر، (1999 م)

89-بلقيس إسماعيل داغستاني، "التربية الدينية والاجتماعية للأطفال "، ط(1)، مكتبة العبيكان، الرياض، (2001 م)

90-محمد بن مصطفى الديب، "التربية على سقوط الهمة "، ط(1)، دار الرضا، مصر، (2006 م)

91-محمد عبد العليم مرسي، "الطفل المسلم بين منـافع التلفزيـون ومـضاره"ط(1)، مكتبـة العبيكـان، الرياض (1997 م)

92-نهى عاطف العبد، "أطفالنا والقنوات الفضائية " , ط(1) , دار الفكر , القاهرة , (2005)

93- http://www.adnantarsha.com/Child.htm

94- http://www.alfayhaa.tv/main/showart.php?artID=5&catID=1

95- http://www.almajdtv.com/prgs/archive/galsah/galsah-25-04-2006.html

96- http://www.alufuq.info/articles.php?sub=149&id=390&mvol=32&miss=2005

97- http://www.alufuq.info/articles.php?sub=149&id=390&mvol=32&miss=2005

98- http://www.alwasatnews.com/topic.asp?tID=24307&mydate=11-25-2004

99- http://www.gesah.net/mag3/modules.php?name=News&file=article&sid=850

100- http://www.kuwait25.com/ab7ath/view.php?tales_id=82

101- http://www.meshkat.net/new/contents.php?catid=6&artid=6243

www.masrawy.com/islameyat/Articles/was21.aspx



الإعلام الديني والتعددية الثقافية





ايميل : daralmuotaz.pup@gmail.com

عنوان : شارع الجامعة الأردنية - جسر كلية الزراعة
مجمع سمارة رقم (233) - الطابق الأرضي

هاتف : 3035 537 6 962 +   0035 990 79 962 +

موبايل : 6664 537 77 962 +   1427 608 79 962 +